

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi pada saat ini sangatlah penting. Pilihan penggunaan sarana transportasi sangat beragam jenisnya, misalnya sarana angkutan darat dengan menggunakan bus, sarana angkutan laut dengan menggunakan kapal laut dan sarana angkutan udara dengan menggunakan pesawat udara. Salah satu pilihan sarana angkutan darat untuk mempermudah dan mempercepat jarak tempuh adalah dengan menggunakan sepeda motor.

Pada saat ini kebutuhan sepeda motor bagi masyarakat sangat vital mengingat tingginya kemacetan yang ada di jalan raya, sehingga salah satu alternatif untuk mempermudah untuk mencapai suatu tempat tujuan di dalam kota, maka sepeda motor merupakan salah satu pilihan yang tepat. Kota Bandung sudah terkenal sebagai kota dengan tradisi hobi motor yang kuat (Artikel GilaMotor Desember 30, 2009). Tidak terhitung berapa jumlah komunitas motor yang berdiri di Bandung. Komunitas dan klub motor ini selalu menjadi daya tarik tersendiri dari Bandung di saat malam hari. Tentunya para *bikers* di Bandung harus memiliki tempat khusus membicarakan tentang hobi motor, agar lebih nyaman dan lebih dekat. Gaya hidup masyarakat kota Bandung yang gemar dengan motor dapat menjadi alasan mengapa banyak bengkel-bengkel motor menawarkan berbagai jenis *spare-part* yang unik, variatif, kreatif dan memiliki montir-montir yang handal. Hal ini mengakibatkan persaingan semakin ketat dalam menawarkan jasa dan produk.

Pada penelitian ini, melakukan pengamatan di perusahaan yang bergerak di bidang produk dan jasa khususnya di bagian *service* dan penjualan *spare-part*, yaitu perusahaan PT Berlian Pasteur. Perusahaan ini terletak di Jalan Dr. Djunjunan No. 119 Bandung. *Dealer* ini memulai usahanya sejak 21 Juni 2005. Pada awalnya *dealer* ini tidak memiliki tempat *service* yang luas, namun semakin

lama penjualan semakin meningkat sehingga tempat *service* dibuat semakin luas. Pada saat itu usaha perusahaan Berlian Pasteur bisa dibbilang cukup laris.

Seiring dengan berjalannya waktu, banyak *dealer service* di sekitar bermunculan. Munculnya *dealer-dealer service* ini, cukup membuat pemilik *dealer* PT Berlian Pasteur merasakan adanya persaingan. Permasalahan utama pada perusahaan ini adalah adanya trend penurunan target penjualan dalam kurun waktu 2 tahun. Hal ini dapat dilihat dari penjualan perusahaan tahun 2008-2010, PT Berlian Pasteur ini mengalami penurunan target penjualan yaitu sebesar 5.3% pada kurun waktu 2008-2009 dan mengalami penurunan lagi yaitu sebesar 1.4% pada kurun waktu 2009-2010.

Tabel 1.1
Tabel Penjualan *Service* Motor Berlian Pasteur

Tahun	Periode	Target Penjualan	Penjualan
2008	Januari sd April	2.400.000.000	763.289.700
	Mei sd Agustus		819.871.900
	September sd Desember		831.232.300
2009	Januari sd April	2.400.000.000	790.478.250
	Mei sd Agustus		704.564.000
	September sd Desember		791.197.800
2010	Januari sd April	2.550.000.000	799.475.750
	Mei sd Agustus		892.580.000
	September sd Desember		702.347.350

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Ibu Rini sebagai *General Manager*, maka didapatkan kemungkinan faktor penyebab yang diidentifikasi sebagai hal-hal yang menyebabkan terjadinya penurunan hasil penjualan *service* dan *spare-part* Yamaha di Jalan Dr. Djunjungan No. 119, Bandung, yaitu :

1. Pada tahun 2006 akhir, mulai bermunculan *dealer-dealer* serupa dengan perusahaan Berlian Pasteur dalam usaha yang sama sehingga adanya persaingan.
2. Strategi pemasaran yang kurang tepat dalam mengatasi persaingan sehingga banyak konsumen yang belum mengenal perusahaan Berlian Pasteur.

3. Belum diketahuinya faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih service motor Berlian Pasteur.
4. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap service Berlian Pasteur yang dapat membuat konsumen beralih ke *service* pesaingnya.
5. *Segmentation, Targetting* dan *Positioning* perusahaan Berlian Pasteur yang belum tepat.
6. Beban kerja pada pekerja yang berlebihan menyebabkan ketidakpuasan pada pekerja.
7. Keahlian dan ketrampilan yang kurang sesuai dengan standar menyebabkan penurunan performansi kerja.

Oleh karena itu, dilakukan penelitian dengan judul “Analisis dan Usulan Strategi Pemasaran Terhadap Pesaing (Studi Kasus: PT Berlian Pasteur, dijalan Dr Djunjuran No. 119, Bandung)” .

1.3. Pembatasan Masalah

Karena keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, maka dalam penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah agar lebih jelas dan terarah. Pembatasan-pembatasan masalah yang dilakukan penulis antara lain:

1. Kepuasan pekerja tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Pada penelitian ini, responden yang diamati adalah konsumen yang pernah melakukan layanan di Yamaha Berlian Pasteur dan Paskal Motor.
3. Data yang digunakan adalah tahun 2008 – 2010.
4. Persaingan yang akan diamati radius 1 km dari Berlian Pasteur yaitu Paskal Motor.
5. Pada penelitian ini, penulis mengamati pelayanan *service* motor dan *spare-part* perusahaan Berlian Pasteur.
6. Penelitian tidak membahas mengenai penjualan motor Yamaha Berlian Pasteur.
7. Pengukuran beban kerja pada pekerja tidak diteliti.
8. Keahlian dan ketrampilan pada pekerja tidak diteliti.

1.4. Perumusan Masalah

Perumusan-perumusan masalah yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa sajakah yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih *service* motor di bengkel ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap *service* motor Berlian Pasteur?
3. Bagaimana *segmentation, targeting, dan positioning* dari *service* motor Berlian Pasteur?
4. Bagaimana keunggulan dan kelemahan *service* bengkel Perusahaan Berlian Pasteur terhadap bengkel lainnya ?
5. Usulan strategi pemasaran apa sajakah yang akan diberikan kepada Berlian Pasteur agar dapat memenangkan persaingan ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih *service* bengkel.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap *service* motor Berlian Pasteur.
3. Mengetahui *segmentation, targeting, dan positioning* dari Berlian Pasteur saat ini.
4. Mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki *service* bengkel perusahaan Berlian Pasteur dibandingkan bengkel lainnya.
5. Untuk mengetahui usulan strategi pemasaran perusahaan Berlian Pasteur agar dapat memenangkan persaingan.

1.6. Sistematika Penulisan

Laporan penulisan tugas akhir ini disusun sedemikian rupa, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas. Laporan tugas akhir ini terdiri dari 6 bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori-teori, prinsip-prinsip, serta aturan-aturan yang berkaitan dengan masalah-masalah yang dihadapi dan dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian dan pembahasan masalah.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian langkah-langkah sistematis yang ditempuh penulis dalam melakukan penelitian yang sistematis yang berguna dalam memberikan solusi terhadap masalah yang ada. Pada bab ini dilengkapi dengan *flowchart* dan keterangan sehubungan dengan *flowchart* tersebut.

BAB 4 : PENGUMPULAN DATA

Bab ini membahas secara terperinci tentang data umum perusahaan, data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner, dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

BAB 5 : PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi tentang pengolahan data sesuai dari data-data yang sudah diperoleh serta analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan penulis, serta saran perbaikan yang dapat diberikan oleh penulis kepada pihak tempat penelitian dalam memecahkan masalah yang dihadapi.