

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan penduduk terbanyak keempat di dunia dengan jumlah penduduk 258.316.051 jiwa sehingga memiliki potensi sumber daya manusia yang besar dibandingkan negara-negara di Asia Tenggara. Besarnya jumlah penduduk tersebut menjadi kesempatan bagi sektor otomotif untuk mengembangkan produk serta pelayanan jasa di Indonesia. Berbagai produsen otomotif mampu melebarkan sayap perusahaan di Indonesia dengan baik seperti Yamaha, Honda, Suzuki yang telah menempati kepercayaan tersendiri di masyarakat Indonesia. Semakin banyaknya produsen otomotif dalam negeri menciptakan ruang persaingan tersendiri antar produsen untuk memajukan produk maupun jasa kepada konsumen.

Berkembangnya Industri otomotif terutama industri kendaraan bermotor yang sangat pesat di Indonesia tentu sangat berpengaruh bagi produsen otomotif. Ini disebabkan kebutuhan manusia akan kendaraan sangat penting artinya terhadap kegiatan masyarakat secara langsung, begitu banyaknya jenis dan tipe kendaraan dari berbagai macam merek terus menyemarakkan pasar kendaraan otomotif di Indonesia. Indonesia merupakan pasar yang cukup potensial, hal ini menjadi peluang bagi para pelaku industri otomotif di Indonesia untuk memanfaatkan kesempatan ini.

Munculnya perusahaan-perusahaan baru dalam skala besar, sedang maupun kecil menambah semarak persaingan di dalam dunia bisnis sejalan dengan pertumbuhan kondisi perekonomian, sosial, budaya dan teknologi. Persaingan untuk merebut konsumen dan mendapatkan pangsa pasar terhadap barang dan jasa saat ini semakin ketat, sehingga perusahaan-perusahaan berusaha untuk memperbaiki strateginya supaya dapat bersaing dengan produsen lainnya. Perusahaan berdiri pasti mempunyai tujuan, disamping untuk mencari laba, suatu perusahaan pasti ingin perusahaannya bertahan hidup dan selalu bertumbuh setiap tahunnya.

Perusahaan dituntut melakukan kegiatan pemasaran dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Tetapi, kegiatan tersebut tidak akan berjalan dengan mudah karena adanya para pesaing, sehingga dibutuhkan promosi yang efektif dan efisien untuk mendorong keberhasilan kegiatan pemasaran. Oleh sebab itu, setiap perusahaan harus berusaha memenuhi apa yang menjadi kemauan dan keinginan konsumen. Memperbesar arus perpindahan produk perusahaan kepada konsumen hakikatnya adalah memperbesar volume penjualan. Penjualan yang dilakukan perusahaan bertujuan menjual barang atau jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos supaya memperoleh laba.

Pentingnya kegiatan promosi dalam pemasaran semakin disadari terutama dengan adanya persaingan yang semakin ketat. Kegiatan promosi diharapkan dapat meningkatkan pembelian produk oleh konsumen. Peningkatan pembelian ini secara otomatis akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Permintaan akan suatu produk sering mengalami penurunan disebabkan banyaknya perusahaan baru yang bergerak di bidang yang sama. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mempertimbangkan kegiatan promosi yang digunakan supaya dapat mencapai sasaran, sehingga tidak sia-sia dalam mengeluarkan biaya.

Setiap perusahaan memiliki strategi promosi pemasaran yang berbeda-beda, karena suatu perusahaan tidak akan dapat bersaing bila perusahaan tersebut menggunakan strategi pemasaran yang sama. Strategi adalah upaya untuk mengembangkan keunggulan perusahaan dalam lingkungan eksternal yang kompetitif dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan. Tujuan strategi bersaing dalam suatu industri adalah menemukan posisi dalam industri tersebut supaya perusahaan dapat melindungi dengan sebaik-baiknya terhadap tekanan persaingan atau dapat mempengaruhi tekanan tersebut secara positif. Banyaknya masalah yang dihadapi oleh perusahaan, terutama dalam memasarkan hasil produksinya di pasar-pasar yang ada.

Salah satu kota di Indonesia memiliki jumlah penduduk padat adalah kota Palembang. Kota Palembang merupakan kota besar di Sumatra Selatan dengan penambahan kendaraan bermotor di kota Palembang yang semakin meningkat tiap tahunnya. Data dari BPS menyatakan pada tahun 2015 total pengguna kendaraan

motor di kota Palembang sudah mencapai 1.009.895 unit (BPS, 2017). Kondisi demikian dapat dilihat dengan ditandai padatnya aktivitas kendaraan di jalan raya khususnya sepeda motor, kepadatan aktivitas di jalan raya menuntut kenyamanan dengan meningkatkan laju pengguna kendaraan bermotor membuat setiap pemilik kendaraan bermotor memerlukan perawatan. Oleh sebab, itu kendaraan harus selalu dalam keadaan baik, sehingga kebutuhan *service* bagi sepeda motor menjadi kebutuhan rutin yang harus dilakukan oleh pengguna.

Perawatan mesin motor merupakan salah satu kegiatan yang tidak dapat dilewatkan karena perawatan mesin motor merupakan suatu proses kegiatan yang penting, yaitu untuk menjaga penampilan mesin motor tersebut. Jenis-jenis perawatan kendaraan bermotor supaya tetap terjaga kualitas mesin yaitu berupa *service*, penggantian oli dan spare part lainnya. Membuka suatu usaha yang berkaitan kendaraan bermotor merupakan prospek yang menjanjikan ke depannya jika dilihat dari total pengguna sepeda motor di kota Palembang. Banyak usaha yang dapat dibuka berkenaan dengan sepeda motor seperti steam motor, aksesoris bengkel dan juga bengkel motor.

Salah satu usaha bengkel motor yang ada di kota Palembang ialah bengkel Rofi motor AHASS 12163 bengkel resmi motor Honda yang beralamat di Jalan Sultan M. Mansyur (Raden Satar) Palembang yang berdiri sejak Agustus 2009. Usaha ini dapat dikatakan sebagai usaha yang bergerak dibidang jasa. Bengkel Rofi motor AHASS 12163 tidak hanya memberikan layanan jasa *service* tetapi juga menerima pengantian atau menjual oli dan Spare part . Selain memiliki peralatan kelengkapan motor lainnya hal penting yang harus dilakukan oleh pemilik bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang yaitu juga memikirkan bagaimana supaya para konsumen tetap setia pada penggunaan produk yang di jual juga jasa yang diberikan serta menarik para konsumen yang baru untuk datang dan menggunakan produk serta jasa bengkelnya.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh pemilik bengkel motor Rofi AHASS 12163 dalam mempertahankan para pelanggan dan juga mendapatkan konsumen yang baru. Salah satu cara yang dapat dipakai oleh pemilik bengkel motor Rofi AHASS 12163 dengan menggunakan strategi promosi. Strategi promosi ini

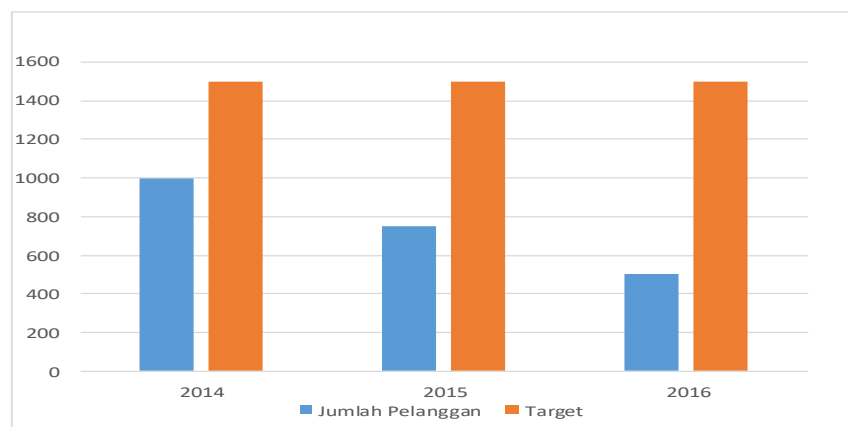
merupakan suatu kegiatan bidang *marketing* yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa.

Peninjauan awal yang dilakukan di bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang belum memaksimalkan produk jasa yang mereka berikan kepada konsumen. Permasalahan yang dihadapi oleh bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang belum memiliki strategi promosi yang sesuai yang mengakibatkan promosi kurang maksimal dan belum mencapai Target Pelanggan . Hal ini dapat dilihat pada tabel dan grafik 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Pelanggan
Bengkel Rofi Motor AHASS 12163 Palembang

No	Tahun	Target	Realisasi	Peresentase
1	2014	1.500	1000	67%
2	2015	1.500	700	47%
3	2 016	1.500	500	33,4%

Sumber: Data Olahan, 2017



Gambar Grafik 1.1
Target dan Realisasi Pelanggan
Bengkel Rofi Motor AHASS 12163 Palembang

Sumber: Bengkel Rofi Motor AHASS 12163 Palembang, 2017

Berdasarkan grafik jumlah pelanggan diatas yang masuk dari tahun 2014 sampai 2016 pada bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang mengalami penurunan dan tidak tercapainya target perusahaan dalam meningkatkan dan menarik jumlah pelanggan untuk menggunakan jasa bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang, sehingga Rofi Motor AHASS 12163 Palembang perlu memikirkan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk usahanya tersebut. Selama ini Rofi Motor AHASS 12163 Palembang hanya menggunakan media promosi. Media promosi yang dilakukan oleh Rofi motor AHASS 12163 Palembang adalah dengan menggunakan media promosi brosur, spanduk dan dari mulut ke mulut .

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk membahas masalah bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang dalam bentuk Laporan Akhir dengan judul **“STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DI BENGKEL ROFI MOTOR AHASS 12163 PALEMBANG“**.

1.2 Perumusan Masalah

Dari data yang diperoleh dapat diketahui bahwa beberapa tahun ini tidak pernah target dalam meningkatkan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang, data yang didapat penulis dengan menayakan langsung kepada pimpinan bengkel bahwa hal tersebut terjadi karena kurangnya promosi yang dilakukan perusahaan dalam mempromosikan jasa bengkel mereka kepada masyarakat umum dan banyaknya pesaing yang ada disekitar bengkel, sehingga berdampaknya pada penurunan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, perumusan masalah dalam penelitian adalah “ Bagaimana Strategi Promosi Yang Dilakukan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Bengkel Rofi Motor AHASS 12163 Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Di dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis akan memberikan ruang lingkup pada permasalahan yang akan di bahas supaya tidak menyimpang dari pembahasan. Pembahasan tersebut dibatasi pada strategi promosi yang digunakan oleh Bengkel Rofi Motor AHASS 12163 Palembang?

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi dan media yang digunakan bengkel Rofi motor AHASS 1263 Palembang dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Menambah wawasan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya kegiatan promosi dan media yang digunakan dalam organisasi atau perusahaan yakni bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan masukan yang bersifat positif dan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan promosi.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang yang terletak di jalan Sultan M. Mansyur (Raden Satar) Palembang. Penelitian ini membahas tentang strategi promosi yang digunakan pada bengkel Rofi motor AHASS Palembang untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

1.5.2 Jenis Sumber Data

Jenis sumber data yang dipakai didalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Dalam hal ini, penulis mengambil data dengan melakukan pengamatan dan melakukan wawancara kepada pemilik bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang

2. Data sekunder

Data sekunder dalam laporan ini berupa data yang penulis peroleh dari beberapa sumber informasi seperti buku-buku, artikel, dan internet.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa jenis teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data dan informasi di bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang agar mengetahui tentang strategi promosi dalam guna meningkatkan jumlah pelanggan yaitu:

1. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam riset kepustakaan ini, penulis akan mengambil data-data atau informasi-informasi yang ada kaitannya dengan pembahasan yang dilakukan didalam penelitian ini yakni mengenai strategi promosi dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

2. Riset Lapangan (*Field Research*)

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan ditempat yang menjadi objek yang akan diteliti dengan cara mendatangi langsung objek tersebut, dalam hal ini adalah bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang

- a. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pencatatan, pengamatan terhadap bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang.

b. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab antara dua orang atau lebih tentang suatu hal untuk mendapatkan suatu informasi dari narasumber. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan pimpinan ataupun karyawan pada bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang untuk mendapatkan informasi mengenai strategi promosi yang digunakan perusahaan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada perusahaan tersebut.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi penulis lakukan dengan mempelajari dokumen-dokumen penjualan perusahaan dan mendokumentasikan gambaran yang diperlukan untuk membantu dalam pengumpulan data di bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang.

1.5.4 Analisis Data

Untuk menganalisa data-data yang diperoleh pada usaha bengkel Rofi motor AHASS 12163, maka penulis menggunakan metode kualitatif. Metode ini adalah metode yang menganalisis data-data yang tidak berbentuk angka tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian yang berupa keterangan.

Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis yang bersifat menjelaskan dan menggambarkan tentang strategi promosi dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan pada bengkel Rofi motor AHASS 12163 Palembang.