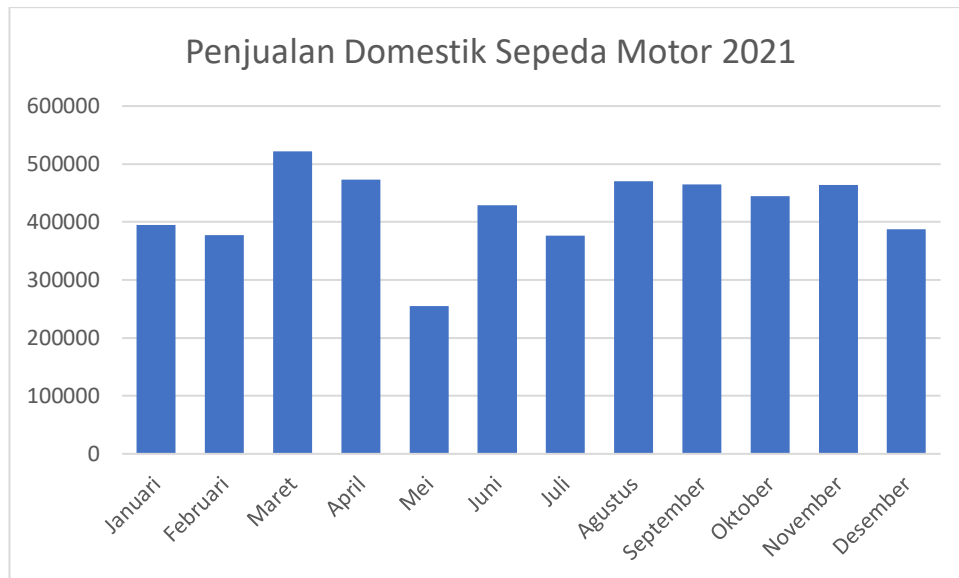


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini, pertumbuhan ekonomi di Indonesia menjadi semakin pesat, khususnya di bidang industri otomotif untuk sepeda motor. Hampir seluruh kalangan masyarakat sudah dapat menggunakan alat transportasi ini, dari kalangan menengah atas hingga masyarakat umum pun telah menggunakan sepeda motor ini untuk melakukan berbagai aktifitasnya sehari-hari. Jumlah kendaraan sepeda motor di Indonesia sudah sangat banyak. Tercatat penjualan sepeda motor di Indonesia pada periode 2021 terus meningkat, berdasarkan informasi dari AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia).

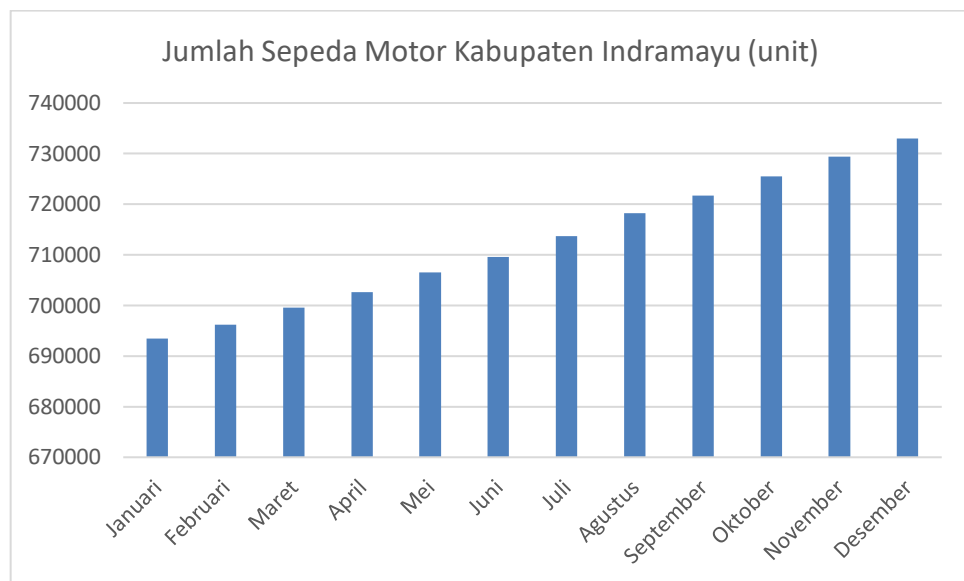


Gambar I. 1 Data Penjualan Domestik Sepeda Motor Tahun 2021

(Sumber: AISI 2021)

Dengan semakin banyaknya masyarakat yang memiliki sepeda motor, maka akan menciptakan peluang usaha bagi masyarakat misalnya dengan mendirikan bengkel untuk merawat dan memperbaiki sepeda motor. Banyak sekali bengkel yang ada di Indonesia baik bengkel resmi dan nonresmi. Bengkel resmi adalah bengkel yang memberikan pelayanan pada kendaraan dengan merk tertentu, contohnya seperti AHASS yang memberikan pelayanan kepada sepeda motor khusus merek Honda.

Sebagai penyedia jasa, bengkel AHASS tidak hanya dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik, akan tetapi harus mampu juga dalam bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memberikan kualitas pelayanan terbaik. Tuntutan ini adalah mutlak agar tercipta loyalitas konsumen yang kelak akan menjadi asset yang sangat berharga untuk perusahaan. Oleh karena itu diperlukan suatu konsep berwawasan pelanggan dimana perusahaan memusatkan perhatian penuh terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.



Gambar I. 2 Jumlah Sepeda Motor Kabupaten Indramayu 2019

(Sumber: Polres Indramayu)

Berdasarkan grafik di atas menyatakan bahwa jumlah Sepeda Motor di Kabupaten Indramayu cukup besar dan selalu meningkat di setiap bulannya.

AHASS Warga Jaya Motor merupakan bengkel resmi sepeda motor honda yang berstatus H23 yang menerima perawatan untuk sepeda motor Honda dan menyediakan *sparepart* untuk sepeda motor Honda. AHASS Warga Jaya Motor terletak di Jl. Raya Karangsinom No. 1 Kec. Kandanghaur Kab. Indramayu. Sejak tahun 1998 lalu, AHASS Warga Jaya Motor sampai sekarang masih berdiri untuk melayani *service* dan perbaikan sepeda motor Honda.



Gambar I. 3 AHASS Warga Jaya Motor



Gambar I. 4 Target dan Realisasi Penjualan 2021

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa jumlah penjualan jasa AHASS Warga Jaya Motor periode 2021 bulan Januari sampai dengan Desember, dengan target penjualan jasa per bulan 800 unit sepeda motor. Dapat disimpulkan bahwa grafik penjualan jasa AHASS Warga Jaya Motor kurang stabil. Dari grafik diatas juga dapat disimpulkan ada permasalahan dibidang pemasaran sehingga penulis

ingin merancang pemasaran yang tepat untuk AHASS Warga Jaya Motor supaya mendapatkan hasil penjualan yang maksimal.

Dilakukan wawancara kepada *owner* dan *customers* AHASS Warga Jaya Motor untuk mengetahui faktor penyebab penjualan tidak mencapai target pada AHASS Warga Jaya Motor. Hasil wawancara yang telah dilakukan untuk mengetahui faktor yang menyebabkan penjualan tidak mencapai target adalah sebagai berikut.

Promosi belum maksimal

Promosi yang digunakan Warga Jaya Motor yaitu dengan menggunakan promosi melalui social media seperti Facebook dan Instagram. Namun untuk kegiatan promosi ini, belum dilakukan dengan baik karena kurang aktif dalam mengunggah konten sehingga tidak dapat meningkatkan penjualan menggunakan promosi melalui media social. Hal itu disebabkan karena tidak ada divisi yang focus pada pemasaran melalui media social.

Keahlian SDM relatif rendah

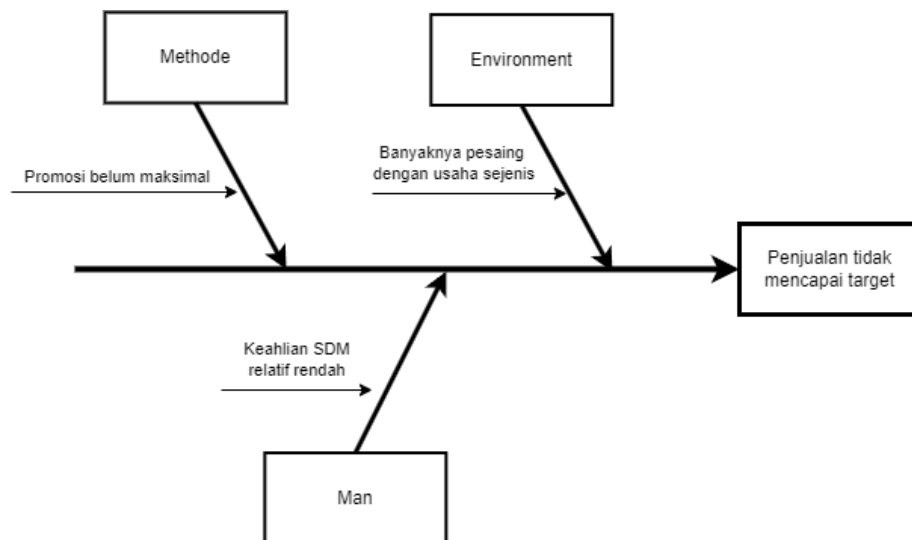
AHASS Warga Jaya Motor memiliki 5 Orang karyawan dengan bidang yang berbeda, seperti bagian Front Desk, Counter Part, Service Advisor, dan Mekanik yang berjumlah 2 orang. Namun karyawan dari AHASS Warga Jaya Motor ini masih ada yang belum mengikuti pelatihan yaitu Front Desk dan Counter Part, karena karyawan tersebut masih baru. Sedangkan untuk Service Advisor dan mekanik sudah melakukan pelatihan.

Banyaknya pesaing dengan usaha sejenis

Didapati juga bahwa tercatat ada 1 bengkel resmi yaitu AHASS Mawar Motor dan ada 3 bengkel umum yang menerima perawatan dan perbaikan untuk sepeda motor Honda yaitu Tanzil Motor, Gemilang Motor, dan Alex Motor didaerah AHASS Warga Jaya Motor yaitu Kec. Kandanghaur Kab. Indramayu, hal itu juga yang menjadi faktor persaingan bagi AHASS Warga Jaya Motor, dengan semakin meningkatnya kompetitor AHASS Warga Jaya Motor harus memiliki strategi yang tepat untuk memasarkan produknya.

Menurut (Kotler & Keller, 2009) definisi pemasaran secara singkat merupakan salah satu kegiatan dari perusahaan yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan yang pada akhirnya menjadi sebuah keuntungan. Untuk memenuhi kebutuhan yang pada akhirnya menjadi sebuah keuntungan AHASS Warga Jaya Motor, maka diperlukan strategi pemasaran untuk menyelesaikan masalah yang ada pada AHASS Warga Jaya Motor, yaitu dengan memanfaatkan peluang yang ada, seperti menggunakan kekuatan dan kelemahan menemukan peluang, dan menghindari ancaman untuk memaksimalkan peluang, sehingga yang harus dilakukan AHASS Warga Jaya Motor mendapat strategi yang perlu adanya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dapat dihasilkan melalui analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threat*) yang menghasilkan strategi pemasaran. Setelah itu melakukan pengambilan keputusan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Maka dari itu, sesuai dengan permasalahan pada AHASS Warga Jaya Motor digunakan analisis SWOT dan QSPM untuk menentukan strateginya.

Adapun identifikasi masalah yang peneliti temukan berdasarkan latar belakang tersebut menggunakan diagram *Fishbone* pada AHASS Warga Jaya Motor.



Gambar I. 5 *Fishbone* Diagram AHASS Warga Jaya Motor

I.2 Alternatif Solusi

Permasalahan yang akan menjadi fokus pada Tugas Akhir merupakan permasalahan yang kompleks. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa alternatif solusi dari permasalahan. Alternatif solusi dapat dikembangkan dengan

melakukan identifikasi akar masalah yang terdapat pada subbab Latar Belakang dan *fishbone* yang sudah dibuat. Berikut merupakan daftar akar masalah berdasarkan observasi beserta potensi solusi:

Tabel I. 1 Daftar alternatif solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Promosi belum maksimal	Perusahaan perlu melakukan perancangan strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan penjualan sehingga mencapai target.
2	Banyaknya pesaing dengan usaha sejenis	
3	Keahlian SDM relatif rendah	Perancangan pada SDM yaitu memberikan pelatihan, wawasan, dan evaluasi lebih terhadap para karyawan.

Berdasarkan tabel alternatif solusi di atas, dapat diketahui bahwa terdapat tiga akar masalah dari AHASS Warga Jaya Motor yang menyebabkan penjualan yang tidak mencapai target. Dari ketiga akar masalah tersebut pemilik dari AHASS Warga Jaya Motor memfokuskan kepada satu akar masalah yaitu promosi belum maksimal. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran yang dilakukan oleh AHASS Warga Jaya Motor masih kurang baik. AHASS Warga Jaya Motor perlu merancang strategi pemasaran baru untuk meningkatkan penjualan. Maka dari itu, perancangan strategi pemasaran akan dipilih sebagai solusi dari permasalahan yang ada pada AHASS Warga Jaya Motor.

I.3 Rumusan Masalah

Permasalahan dan kondisi yang telah dideskripsikan pada latar belakang pada AHASS Warga Jaya Motor mempunyai permasalahan yang perlu melakukan perencanaan dan penyusunan strategi pemasaran yang tepat, sehingga akan dibahas dalam penelitian ini adalah Bagaimana rancangan strategi bauran komunikasi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan di AHASS Warga Jaya Motor?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan untuk penelitian, maka dapat menghasilkan tujuan dari penelitian yaitu Menentukan rancangan strategi

bauran komunikasi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan di AHASS Warga Jaya Motor.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah :

1. Membantu AHASS Warga Jaya untuk informasi dan bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran, sehingga dapat diimplementasikan untuk mengembangkan usaha.
2. Penulis sebagai pemilik dapat berguna untuk menganalisis dan mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk AHASS Warga Jaya.

I.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batas penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian, tujuan dari landasan teori adalah untuk membentuk kerangka berfikir yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah.

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

Bab ini berisikan tentang pendekatan, metode, dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah.

BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI

Bab ini menjelaskan tentang proses pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian dan pengolahan data yang digunakan untuk menyelesaikan masalah.

BAB V VALIDASI EVALUASI HASIL RANCANGAN

Bab ini akan menjelaskan hasil dari pengolahan data, usulan perbaikan yang terdapat pada bab sebelumnya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap bisnis/usaha terkait.