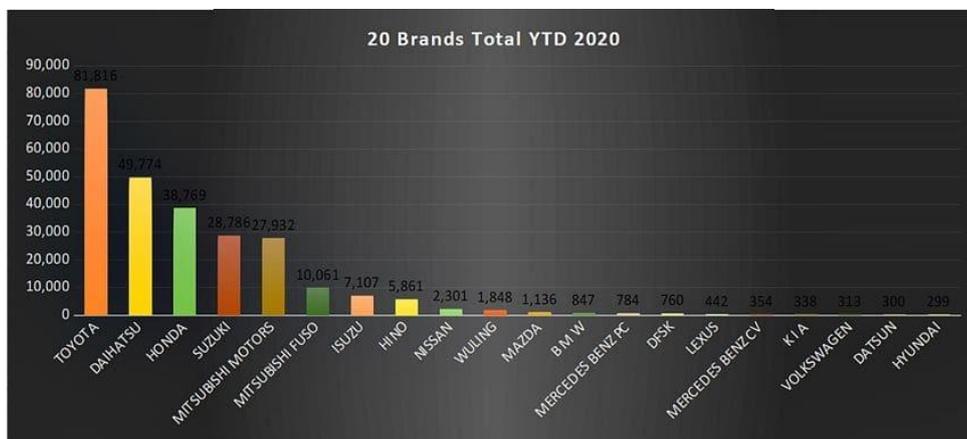


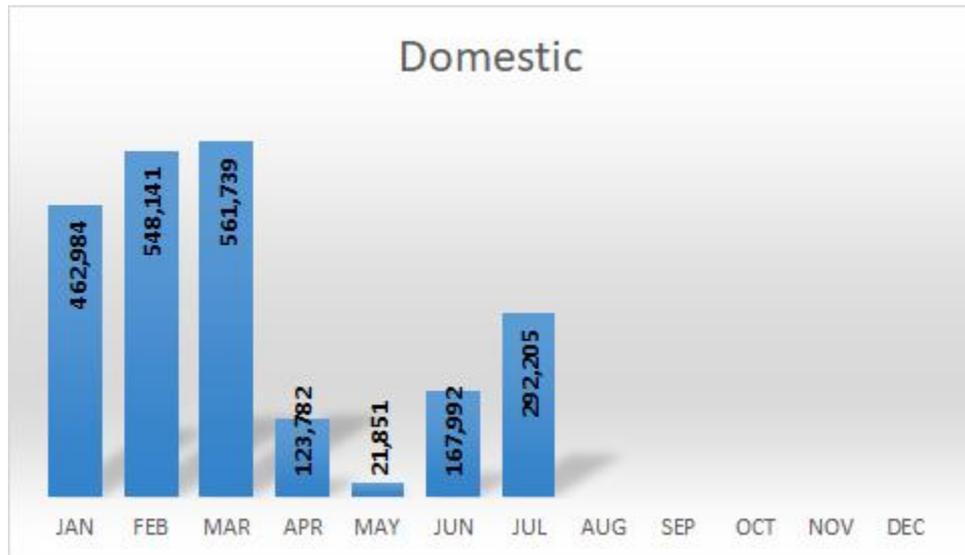
BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Otomotif merupakan salah satu cabang ilmu yang mempelajari tentang alat-alat transportasi darat yang menggunakan mesin, terutama mobil dan motor. Bisnis yang berkembang pada jaman sekarang disektor otomotif ialah bengkel. Bisnis otomotif biasanya diawali dengan kegemaran dalam dunia otomotif sehingga muncul ide untuk membangun sebuah bisnis berupa bengkel. Bengkel mobil ataupun motor saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat, meningkatnya penjualan kendaraan di Indonesia menjadi salah satu faktor bisnis bengkel ini bisa berkembang dengan pesat. Tercatat penjualan kendaraan roda empat di Indonesia hingga bulan Juni 2020 terus meningkat, berdasarkan informasi dari GAINKINDO (Gabungan Industri Kendaraan Indonesia). Adapun penjualan kendaraan roda dua pada periode 2020 ini pun meningkat, berdasarkan informasi dari AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia).



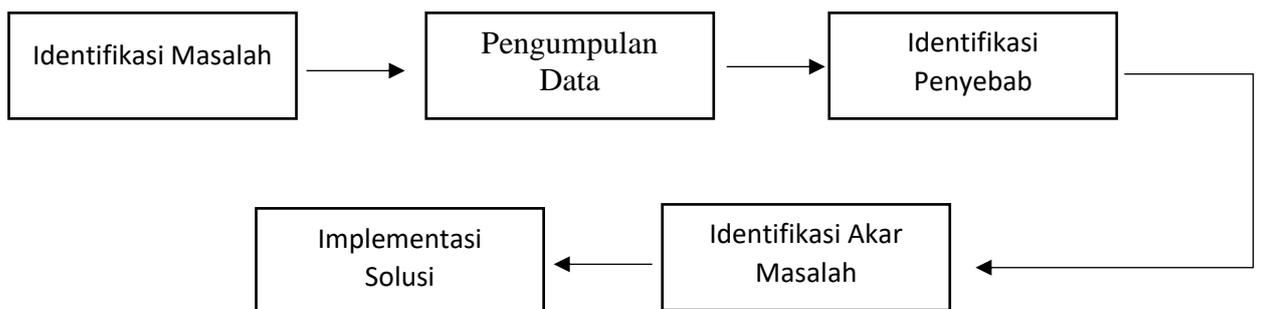
Gambar 1.I.1 Data Penjualan Kendaraan Roda Empat Tahun 2020
(Sumber : oto.com Data Penjualan Kendaraan Roda Empat Tahun 2020)



Gambar 2.I.2 Data Penjualan Domestik Kendaraan Roda Dua Tahun 2020

(Sumber : aisi.or.id Data Penjualan Expor dan domestik Kendaraan Roda Dua Tahun 2020)

Semakin banyak masyarakat Indonesia untuk membeli kendaraan baik itu kendaraan roda empat ataupun kendaraan roda dua, menjadikan peluang bagi pelaku bisnis dibidang bengkel. Persaingan dalam usaha bisnis itu wajar terjadi, seperti halnya persaingan dibidang bisnis bengkel hingga saat ini semakin ketat, persaingan untuk mendapatkan pelanggan demi kelancaran usaha bengkel milik masing-masing. Kualitas dan pelayanan yang baik adalah salah satu faktor untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan, selain itu juga pelayanan jasa yang berpengalaman menjadi faktor penting juga agar pelanggan tidak kecewa dengan kinerja bengkel.



Gambar 3.I.1 Root cause Permasalahan Tri Putera Motor

Diawali dengan Identifikasi dari perusahaan yang bergerak di bidang otomotif Tri Putera Motor bahwa dengan Identifikasi masalah awal ini akan dilanjutkan dengan Pengumpulan data dari pendapatan Tri Putera Motor agar dapat mengetahui masalah yang akan di dapatkan, Identifikasi penyebab permasalahan dari Tri Putera Motor bahwa sangat berpengaruh untuk ke tahap selanjutnya yaitu Identifikasi akar masalah yang terjadi di Tri Putera Motor dan untuk langkah terakhir Implementasi solusi.

Tabel 1.I.1. Jumlah Kendaraan Daerah Banten

Kabupaten/Kota	Jumlah Kendaraan Bermotor - Mobil Penumpang	Jumlah Kendaraan Bermotor - Sepeda Motor	Jumlah Kendaraan Bermotor - Jumlah
Pandeglang	18 031	213 342	240 370
Lebak	16 766	259 097	285 200
Tangerang	192 302	1 339 870	1 587 818
Serang	36 381	416 249	465 371
Kota Tangerang	233 458	1 114 765	1 397 616
Kota Cilegon	35 795	184 410	230 977
Kota Serang	40 687	202 846	252 269
Kota Tangerang Selatan	257 258	764 939	1 056 739
Banten	830 678	4 495 518	5 516 360

Sumber (Badan Pusat Statistik daerah Banten 2019)

Berdasarkan Tabel I.1 di atas menyatakan bahwa jumlah kendaraan di daerah Banten dan Sekitarnya terlihat sangat atau cukup besar, Tri Putera Motor berada di daerah Kota Cilegon dengan Jumlah kendaraan bermotor – mobil penumpang sebesar 35.795, jumlah kendaraan bermotor – sepeda motor 184.410 dan jumlah kendaraan bermotor – dengan total jumlah 230.977

Tri Putera Motor merupakan salah satu bengkel yang ada di Indonesia, tepatnya berada di Cilegon, banten. Bengkel ini berdiri sejak tahun 2017. Tri Putera Motor berfokus pada *service* dan juga *spare part* kendaraan seperti, ban mobil dan

motor, angin nitrogen, ganti oli mobil dan motor, tambal ban tubeless, tambal tiptop, tuker tambah velg mobil, press dan las velg, dan tune up.



Gambar 3.I.3 Logo Bengkel Tri Putera Motor

Tabel 2.I.2 Pendapatan Bengkel Tri Putera Tahun 2020

Pendapatan Bersih Tri Putera Motor Tahun 2020	
Bulan	Pendapatan
Januari	Rp. 12.530.000
Febuari	Rp. 11.875.000
Maret	Rp. 11.040.500
April	Rp. 9.025.000
Mei	Rp. 8.340.000
Juni	Rp. 13.250.000
Juli	Rp. 12.900.000
Agustus	Rp. 11.000.000
September	Rp. 14.880.000

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil pendapatan bersih Tri Putera Motor periode 2020 bulan Januari sampai dengan September, dengan target pendapatan per bulan sebesar Rp. 13.000.000. Dapat disimpulkan bahwa grafik hasil pendapatan Tri Putera Motor kurang stabil. Dari grafik itu juga bisa disimpulkan ada permasalahan dibidang pemasaran sehingga penulis ingin merancang pemasaran yang tepat agar mendapatkan hasil yang maksimal. Data yang didapat dari Cilegon Auto Service dan Body Repair tercatat ada 15 bengkel non resmi di Cilegon, itu juga yang menjadi faktor persaingan bagi bengkel Tri Putera Motor. Masalah yang sedang di hadapi pada industri otomotif tepatnya di

Tri Putera Motor yaitu tidak adanya konsep strategi pemasaran yang berkelanjutan, dan pada bulan April - Mei Tri putera motor mengalami penurunan pendapatan pada saat liburan sekolah atau cuti bersama , dengan semakin meningkatnya kompetitor atau pun pesaing Tri Putera Motor harus memiliki strategi yang tepat untuk memasarkan produk nya .

Menurut (Kotler & Keller, 2009) definisi pemasaran secara singkat adalah salah satu kegiatan dari perusahaan yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan yang pada akhirnya menjadi sebuah keuntungan. Untuk memenuhi target yang pada akhirnya menjadi keuntungan bagi Tri Putera Motor, maka diperlukan strategi pemasaran untuk menyelesaikan masalah yang ada pada tri Putera motor, dengan memanfaatkan peluang yang ada, seperti menggunakan kekuatan dan kelemahan menentukan peluang, dan menghindari ancaman baik ancaman internal ataupun eksternal untuk memaksimalkan peluang. Tri putera Motor harus melakukan strategi yang perlu adanya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dapat dipecahkan melalui analisis SWOT (*Strength – Weaknesses – Opportunities – Threat*) yang dapat menghasilkan strategi pemasaran. Setelah menganalisis menggunakan analisis SWOT Tri Putera Motor perlu mengambil keputusan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). maka dari itu penulis disini akan merancang strategi pemasaran yang tepat untuk Tri Putera Motor agar bisa lebih berkembang dan lebih baik.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan pada latar belakang di Tri putera Motor mempunyai masalah yang perlu dilakukan perencanaan dan penyusunan strategi yang tepat, maka yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman)?
2. Alternatif strategi apa saja yang dapat digunakan oleh Tri Putera Motor dalam menjalankan bisnis?

3. Strategi pemasaran seperti apa yang tepat untuk Tri Putera Motor untuk dijadikan prioritas utama?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dituturkan, maka dapat menghasilkan tujuan sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal pada Tri Putera Motor.
- 2) Merumuskan alternatif strategi pemasaran Tri Putera Motor berdasarkan hasil analisis.
- 3) Menentukan prioritas strategi pemasaran pada tri putera Motor.

I.4 Batas Penelitian

Batasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini dilakukan hanya sampai tahap usulan, tidak sampai tahap implementasi.
- 2) Data yang digunakan hanya pada periode 2019.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Membantu Tri Putera Motor 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 Tri Putera Motor.

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 PENELITIAN

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

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

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

BAB V ANALISIS

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.