

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan meningkatnya laju pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia semenjak tahun 2011 maka perkembangan dan kemajuan perekonomian dari dunia bisnis juga mengalami peningkatan, baik dari sektor barang maupun jasa. Dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang didirikan di Indonesia baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Dengan semakin banyaknya perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula persaingan bisnis antara perusahaan-perusahaan di Indonesia. Setiap perusahaan harus mempunyai daya saing yang kuat, agar perusahaan bisa bertahan di dunia bisnis. Agar suatu perusahaan bisa bertahan dalam sebuah persaingan, perusahaan harus memiliki manajemen yang baik yang mempunyai kemampuan menjalankan fungsi-fungsinya. Salah satu dari fungsi manajemen itu adalah strategi pemasaran jasa.

Pada era globalisasi ini, perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dan beberapa faktor penunjang lainnya seperti kualitas pelayanan dan harga. Perusahaan yang bisa menciptakan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai sasaran, akan dapat menarik konsumen untuk menggunakan produk dari perusahaan tersebut karena melihat promosi dari perusahaan tersebut.

Utama Service Station, merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dibidang perbengkelan mobil. Saat ini penggunaan mobil sudah merupakan konsumsi umum. Mobil

bukan lagi dipandang sebagai barang istimewa atau barang mewah, ini dapat dilihat dari tingkat kepadatan lalu lintas jalan raya yang semakin hari semakin padat oleh banyaknya kendaraan termasuk mobil yang berlalu lalang. Pendapatan masyarakat yang semakin tinggi mendorong mereka untuk meningkatkan *prestise*, salah satunya adalah dengan memiliki mobil. Hal ini menyebabkan semakin banyaknya kepemilikan mobil, bahkan dalam satu kota yang tidak terlalu besar bisa terdapat ribuan mobil dari berbagai jenis merk yang dimiliki oleh penduduk kotanya.

Peluang ini dimanfaatkan oleh para pemilik modal untuk mendirikan perusahaan jasa bengkel yang menawarkan produk berupa jasa perawatan atau *service* serta perbaikan atau reparasi mobil. Melihat hal tersebut ternyata membawa dampak semakin banyak pula jenis usaha bengkel mobil yang berdiri dengan tujuan melayani kebutuhan *service* serta reparasi mobil salah satunya Utama Service Station.

Walaupun usaha perbengkelan merupakan peluang bisnis yang menjanjikan untuk saat ini, tetapi persaingan usaha jasa bengkel tetap semakin ketat dalam merebut pangsa pasar, apalagi pelayanan jasa merupakan barang yang tidak berwujud, artinya bahwa penilaian terhadap pelayanan jasa tersebut hanya dapat dilihat setelah konsumen merasakannya secara langsung. Sehingga pemilik usaha tersebut harus didorong untuk memenuhi hak-hak konsumen untuk memenuhi kepuasan konsumen tersebut agar tetap dapat mempertahankan pelanggan.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, dimana Pelayanan yaitu suatu hubungan timbal balik antara perusahaan dan pelanggan guna menjaga hubungan baik dan mempertahankan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan.

Dengan adanya strategi pemasaran dan pelayanan yang baik dari suatu perusahaan dapat meningkatkan ketertarikan pelanggan dan menjalanin hubungan baik untuk kesetiaan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru, sehingga perusahaan bisa mencapai target pendapatan dan pelanggan yang maksimal, serta menjadikan suatu perusahaan maju dan tetap mempunyai daya saing jika dibandingkan dengan perusahaan lain.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis mengambil judul “STRATEGI PEMASARAN JASA PADA UTAMA SERVICE STATION PADANG”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mencoba meneliti bagaimanakah strategi pemasaran jasa yang diberikan oleh Utama Service Station Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam melakukan kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran jasa Utama Service Station Padang.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat dengan diselenggarakannya program magang bagi mahasiswa program Diploma III ini dapat ditinjau dari beberapa pihak yaitu :

1. Bagi penulis

Untuk melatih kemampuan penulis dalam menemukan dan merumuskan masalah yang di hadapi suatu perusahaan serta mencari solusi pemecahan tersebut, sesuai dengan disiplin ilmu yang telah didapat oleh penulis selama dibangku kuliah.

2. Bagi perusahaan

Dapat di jadikan sumber informasi bagi pihak Utama Service Station dalam usahanya meningkatkan strategi pemasaran jasa.

3. Bagi pihak lain

Menjadi bahan referensi atau literature bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian dalam membahas masalah yang sama

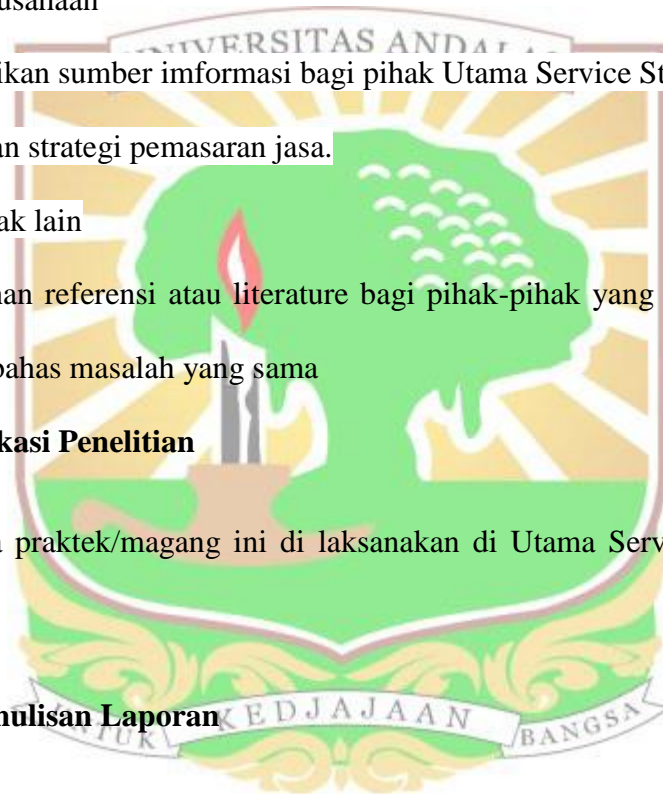
1.5 Waktu Dan Lokasi Penelitian

Kuliah kerja praktek/magang ini di laksanakan di Utama Service Station dalam 40 hari kerja.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.



Bab II : Landasan Teori

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

Bab III : Gambaran Perusahaan

Gambaran umum Utama Service Station, sejarah umum perusahaan, visi dan misi perusahaan, tujuan perusahaan, struktur organisasi perusahaan, uraian tugas dan fungsi masing-masing bagian..

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Merupakan Bab yang membahas Kebijakan Strategi Pemasaran Jasa pada Utama Service Station.

Bab V : Penutup

Merupakan Bab penutup dari laporan magang yang berisikan kesimpulan dan saran-saran yang dianggap perlu guna perbaikan dan perubahan untuk masa yang akan datang.

