

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri otomotif di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Kendaraan sangat membantu manusia sebagai sarana angkut dan transportasi agar sampai ke tujuan tepat waktu. Setiap tahunnya pengguna kendaraan roda dua dan roda empat mengalami kenaikan. Hal ini dapat dilihat pada artikel Badan Pusat Statistik (2020 dan 2021) yang menunjukkan kenaikan pengguna kendaraan dari tahun 2017 sampai tahun 2020. Kepala Dinas Perhubungan Daerah Istimewa Yogyakarta menyatakan bahwa setiap tahunnya pengguna kendaraan akan mengalami peningkatan sebesar 4% untuk mobil dan 6% untuk motor (Dinas Perhubungan Daerah Istimewa Yogyakarta, 2019). Dalam kepemilikan kendaraan, tentunya terdapat tuntutan untuk merawat kendaraan agar penampilan menjadi enak dipandang dan prima untuk menciptakan kenyamanan saat berkendara. Dalam merawat kendaraan tentunya dapat dilakukan sendiri di rumah, tetapi hasil yang didapatkan tentunya berbeda dengan bengkel atau salon mobil yang menekuni bidang tersebut. Salon mobil tentunya menawarkan jasa untuk perawatan kendaraan mulai dari mencuci kendaraan sampai melakukan perawatan kendaraan sesuai keinginan dan kebutuhan dari konsumen.

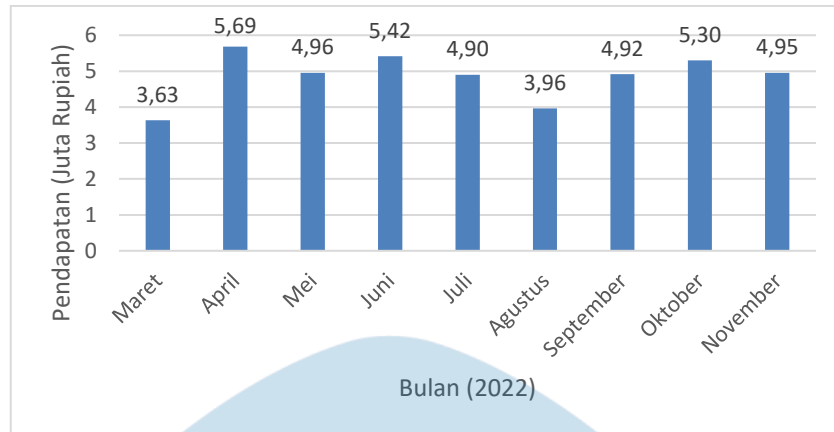
Sebagai suatu perusahaan/pihak yang dipercaya untuk melakukan kegiatan jasa atau pembuatan produk tentunya memiliki keinginan untuk mempertahankan bisnis perusahaan. Keinginan tersebut tentunya dapat dicapai dengan meningkatkan laba perusahaan. Laba tentunya berperan penting bagi perusahaan agar dapat melakukan keputusan bisnis seperti melakukan ekspansi atau perluasan usaha, investasi dan juga sebagai dana darurat suatu perusahaan. Akan tetapi apabila suatu perusahaan tidak memiliki laba dan keuntungan yang didapat setara dengan beban operasional, tentunya akan membuat perusahaan menjadi kesulitan dalam mempertahankan bisnisnya dan berakhir pada kebangkrutan. Maka dari itu salah satu upaya untuk mempertahankan usaha adalah dengan membuat konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Pemasaran adalah bentuk kegiatan untuk mengenal konsumen dan mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan kepada pasar dengan begitu konsumen dapat membelinya. Strategi pemasaran untuk setiap perusahaan

berbeda-beda, hal ini disesuaikan dengan kebutuhan dan produk atau jasa yang ditawarkan.

PT Garasi Muda Sejahtera atau dikenal dengan nama salon mobil *Lil Garage* merupakan industri jasa yang berdiri sejak 16 Desember 2021 dan bergerak dalam bidang jasa perawatan kendaraan salon mobil. Jasa yang ditawarkan tidak hanya mencuci kendaraan motor dan mobil, tetapi juga perawatan kendaraan khususnya bagian *body*. *Coating* dan *detailing* merupakan perawatan *body* kendaraan yang ditawarkan. Perusahaan ini juga menawarkan jasa inspeksi mobil bagi orang yang awam yang hendak membeli mobil bekas, mulai dari pertimbangan kandidat mobil, kondisi kendaraan dan berbagai pertimbangan lainnya dalam membeli mobil. Perusahaan ini berada di Jalan Besi Jangkang Km. 3, Kecamatan Ngalik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan ini memiliki 4 orang pekerja termasuk dengan pemilik, beroperasi dari hari Selasa sampai hari Minggu, dengan jam operasinya dimulai dari pukul 08.00 WIB sampai pukul 18.00 WIB.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di PT Garasi Muda Sejahtera, diketahui bahwa pendapatan yang didapat setiap bulannya setara dengan biaya operasional yang dikeluarkan, sehingga tidak terdapat biaya untuk melakukan pemasaran dan apabila mendapat laba atau keuntungan, laba tersebut tidak dapat digunakan untuk keputusan bisnis seperti melakukan pengembangan usaha, atau investasi. Hal tersebut karena terdapat titik impas total investasi (*break even point*) yang ingin dicapai terlebih dahulu. Pemilik menargetkan untuk mencapai titik impas total investasi tersebut dalam waktu 5 tahun akan tetapi dengan kondisi saat ini pemilik hanya memikirkan terkait untuk mencapai titik impas yang diperlukan untuk setiap bulannya.

Berdasarkan data pendapatan selama 9 bulan, maka rata-rata pendapatan yang dimiliki hanya sebesar Rp4.877.222 dan nilai tersebut tidak dapat menutupi semua pengeluaran perusahaan untuk setiap bulannya. Dengan menggunakan data-data yang ada, penulis melakukan perhitungan titik impas dan didapatkan nilai pendapatan Rp6.374.968, yang artinya dalam setiap bulan perusahaan harus mencapai nilai tersebut agar mencapai titik impas. Gambar 1.1 menunjukkan data grafik pendapatan yang didapatkan setiap bulannya terlihat tidak mengalami peningkatan yang signifikan.



Gambar 1.1. Grafik Pendapatan PT Garasi Muda Sejahtera

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik mengatakan bahwa jasa yang ditawarkan belum dikenal oleh banyak orang hal ini terlihat dari strategi pemasaran yang dilakukan hanya melalui mulut ke mulut apabila pelanggan datang dan melalui sosial media seperti Instagram akan tetapi masih belum terlihat efektif dan terstruktur yang membuat pelanggan yang datang hanya memesan jasa umum seperti cuci kendaraan dan membuat kurangnya testimoni perusahaan untuk jasa *coating* dan *detailing* kendaraan. Kurangnya kesadaran masyarakat terkait salon mobil ini disebabkan oleh kurangnya strategi pemasaran yang menjadi perhatian pemilik dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Dalam setiap bulannya, total kisaran konsumen yang memakai jasa *detailing* dan *coating* perusahaan dimulai dari tidak ada yang memakai (angka 0) sampai dengan 2 kendaraan, angka tersebut berada di bawah nilai ekspektasi perusahaan yang mengharapkan 15 kendaraan untuk total penggunaan *detailing* dan *coating* setiap bulannya. Pekerja yang bertanggung jawab sebagai *admin* mengatakan bahwa dalam 1 hari pernah terdapat 1 kendaraan roda dua yang datang untuk mendapatkan jasa cuci, padahal perusahaan menargetkan 10 kendaraan setiap harinya. Pada hari kerja (*weekdays*) perusahaan tetap tidak mendapatkan banyak konsumen, yang dimana penggunaan jasa tersebut berada di bawah target perusahaan setiap harinya

Informasi terhadap jasa yang ditawarkan hanya diketahui oleh pemilik, hal ini terlihat dari para pekerja yang memiliki pemahaman yang kurang terkait jasa yang ditawarkan, sehingga membuat kualitas pelayanan kalah dari kompetitor yang sudah memfasilitasi pelanggan dengan pelayanan seputar tanya jawab terkait jasa. Di satu sisi, pekerja yang masih dalam masa *probation period* (masa

percobaan) memiliki dilema terkait akhir masa percobaan karena pekerja merasa takut apabila tidak diangkat sebagai karyawan tetap. Hal ini terlihat dari tingginya tingkat *turnover* pekerja karena perusahaan kesulitan memberi tambahan upah.

Berdasarkan wawancara, dapat diketahui kebutuhan untuk setiap *stakeholders*, yang dimana pemilik menyebutkan bahwa laba yang didapatkan setiap bulannya masih di bawah pengeluaran, hal tersebut menyebabkan keputusan perusahaan menjadi terbatas. Oleh karena itu, pemilik mengharapkan PT Garasi Muda Sejahtera lebih dikenal oleh banyak orang dan memakai jasa perusahaan khususnya *detailing* dan *coating*, dengan begitu masih terdapat laba yang dapat digunakan untuk keputusan perusahaan atau pengembalian modal. *Admin* sendiri merasa bahwa tanggung jawab untuk posisi yang diterima tidak berbeda jauh dengan pekerja dan tanpa tambahan upah, maka dari itu *admin* mengharapkan kesesuaian *job task* dengan posisi, salah satunya berupa mendapatkan akses fasilitas sosial media perusahaan untuk mawadahi pertanyaan dari pelanggan dan mengelola sosial media. Para pekerja yang saat ini sedang dalam masa *probation period* mengharapkan pengangkatan menjadi karyawan tetap dengan kenaikan upah setelah menyelesaikan masanya.

Kebutuhan yang diinginkan setiap *stakeholders* menyebabkan pertentangan kondisi ekonomi, karena kebutuhan untuk semua *stakeholders* tidak bisa diselesaikan secara bersamaan. Pada kondisi saat ini, pekerja menginginkan kenaikan upah, tetapi pemilik tidak mau mengurangi laba yang didapatkan setiap bulannya untuk meningkatkan upah pekerja karena laba perusahaan sudah berada di bawah pengeluaran. Permasalahan antar *stakeholders* tersebut dapat diselesaikan apabila pendapatan meningkat yang membuat keputusan perusahaan menjadi lebih luas. Peningkatan pendapatan tentunya dipengaruhi oleh meningkatnya penjualan, yang artinya konsumen perlu memakai jasa perusahaan dalam meningkatkan penjualan perusahaan. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang, maka penelitian ini berfokus dalam mengatasi permasalahan pada PT Garasi Muda Sejahtera dalam sisi pemasaran.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diketahui bahwa rumusan masalah dari penelitian ini adalah tidak banyak konsumen yang memakai jasa *detailing* dan *coating* PT Garasi Muda Sejahtera membuat pendapatan tidak dapat mencapai titik impas pengeluaran untuk setiap bulannya.

1.3. Tujuan Penelitian

Ditetapkan tujuan dari penelitian ini dengan mempertimbangkan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan rancangan solusi yang efektif untuk menarik konsumen datang ke PT Garasi Muda Sejahtera dan menggunakan jasa *detailing* dan *coating*.
- b. Melakukan implementasi terhadap pendekatan yang disetujui oleh *stakeholders* sehingga pendapatan setiap bulannya meningkat dan dapat mencapai titik impas pengeluaran atau setara dengan Rp6.374.968.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan untuk menghindari meluasnya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Hasil yang diusulkan dalam penelitian ini akan disesuaikan dengan kemampuan perusahaan untuk melakukan implementasi.
- b. Data pendapatan yang digunakan merupakan data yang didapatkan dari pemilik dari bulan Maret 2022 sampai Desember 2022.
- c. Data aktivitas sosial media yang digunakan dimulai dari bulan Juli 2022 sampai Desember 2022.