

BAB 1

PENDAHULUAN

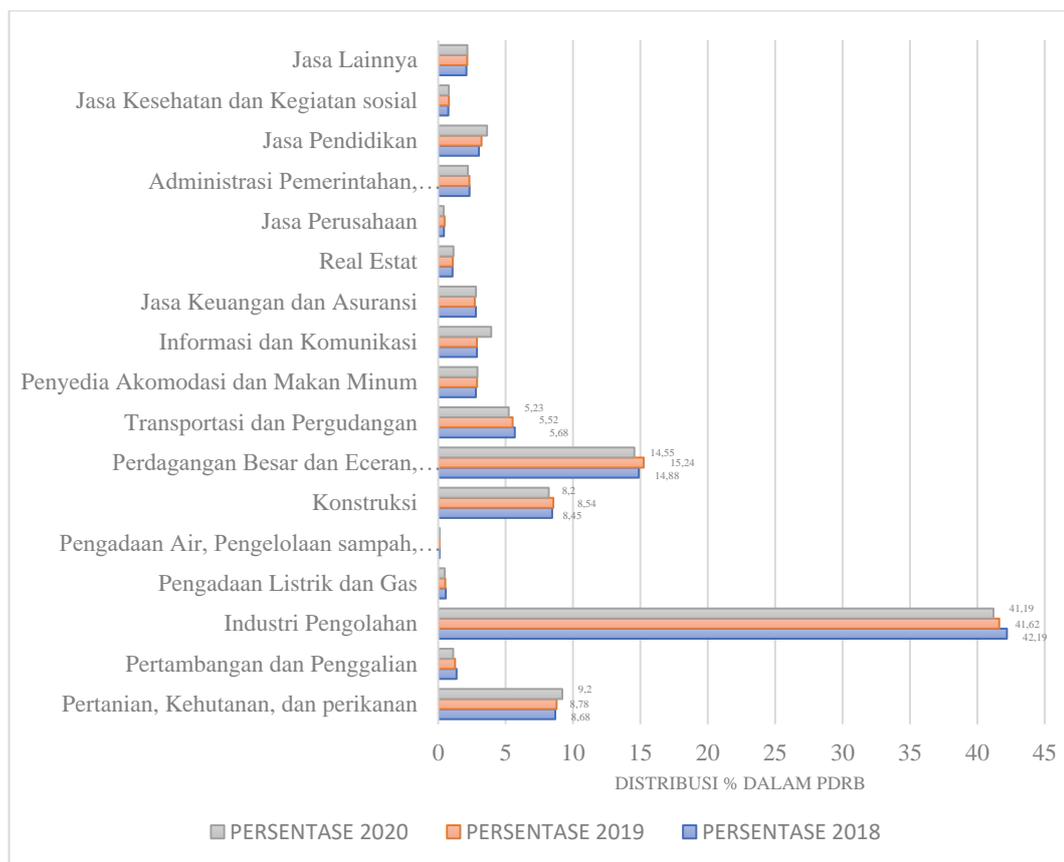
1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pertumbuhan perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor berkembang cukup pesat. Hal ini berdampak baik dengan terbukanya peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. Banyak pelaku usaha yang mulai bermunculan memanfaatkan perkembangan pertumbuhan dari sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor tersebut baik perusahaan dalam skala usaha mikro kecil maupun usaha menengah besar (Badan Pusat Statistik Indonesia,2020). Setiap ada peluang usaha hal ini juga pasti menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara perusahaan. Adanya persaingan pelaku usaha pada sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor merupakan fenomena yang unik dan menarik untuk diteliti, perusahaan diharuskan bekerja keras untuk memikat konsumen dengan cara menghasilkan suatu produk barang atau jasa terbaik yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Indonesia sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor merupakan salah satu yang memberikan kontribusi terbesar bagi perekonomian di Indonesia. Sesuai dengan UU NO. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan “pembangunan nasional di bidang ekonomi yang disusun dan dilaksanakan untuk menunjukkan kesejahteraan umum melalui pelaksanaan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan

menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945”.

Provinsi Jawa Barat saat ini memiliki potensi yang besar untuk dapat berkembang dan tumbuh di masa depan seiring dengan perkembangan jumlah kendaraan bermotor yang berada di Provinsi Jawa Barat. Melihat kondisi lalu lintas yang semakin ramai dapat menjadi indikator potensi pengembangan usaha pada sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor. Berikut adalah data perkembangan Distribusi Persentase PDRB di Provinsi Jawa Barat tahun 2018-2020:



Sumber: Badan Pusat Statistik, Diolah Oleh Peneliti 2020

Gambar 1.1
Distribusi Persentase PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Provinsi Jawa Barat Tahun 2018-2020

Berdasarkan tampilan data pada halaman sebelumnya Gambar 1.1 menunjukkan sebanyak 17 sektor di Provinsi Jawa Barat menjadi penyumbang PDRB atas dasar harga berlaku Provinsi Jawa Barat. Dapat dilihat juga kontributor terbesar PDB (Produk Domestik Bruto) Provinsi Jawa barat didominasi oleh 5 (lima) kategori lapangan usaha yang memiliki kontribusi di atas 5 persen, diantaranya, sektor usaha yang pertama yaitu industri pengolahan yaitu sebesar 41,19%, yang kedua adalah sektor usaha perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor sebesar 14,55%, ketiga adalah sektor usaha pertanian kehutanan dan perikanan yaitu sebesar 9,20%, keempat adalah sektor usaha konstruksi yaitu sebesar 8.20%, dan kelima adalah sektor usaha transportasi dan pergudangan yaitu sebesar 5.23%.

Berdasarkan data Tahun 2018-2020 sektor usaha perdagangan besar dan eceran reparasi sepeda motor dan mobil mengalami fluktuasi dan pertumbuhan negatif sebesar -0,69% pada tahun 2020 menjadi 14,55%, pertumbuhan negatif ini menjadi kontraksi yang terbesar dibandingkan dengan 4 kategori lapangan usaha yang memiliki kontribusi di atas 5%. Akan tetapi dari data tersebut bisa dilihat perkembangan sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor memiliki potensi yang besar untuk potensi perekonomian di Provinsi Jawa Barat.

Tingginya volume kendaraan di Provinsi Jawa Barat pada saat ini harusnya berdampak bagi para pelaku usaha jasa bengkel reparasi untuk mengembangkan dan mendorong agar terciptanya potensi iklim usaha yang baik pada sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor. Semakin besarnya peluang pada bisnis perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor

maka akan semakin ketat persaingan perusahaan. Berikut adalah perkembangan mengenai jumlah kendaraan bermotor yang berada di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2018-2020:

Tabel 1.1
Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenisnya
di Provinsi Jawa Barat Tahun 2017-2019

Jenis Kendaraan	2017	2018	2019	Pertumbuhan per Tahun (%)
Mobil Penumpang	3.427.572	3.534.784	3.628.502	3,04%
Bis	18.145	19.443	20.712	7,85%
Truk	332.801	360.243	384.828	7,54%
Sepeda Motor	9.993.078	10.889.031	11.737.547	8,89%
Kendaraan Khusus	2.496	2.807	3.454	18,60%
Jumlah	13.774.092	14.816.308	15.775.043	7,37%

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat.

Berdasarkan data di atas yang sudah dipaparkan ke dalam Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah kendaraan di wilayah Provinsi Jawa Barat selalu mengalami perkembangan pertumbuhan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir (Periode 2017-2019) terdapat peningkatan jumlah kendaraan yang cukup signifikan, yaitu sekitar 7,37% per tahun, sepeda motor menjadi kendaraan dengan jumlah pengguna terbanyak. fenomena itu terjadi karena semakin mudahnya konsumen dalam membeli kendaraan. Pertumbuhan kendaraan ini juga harus diimbangi dengan peningkatan pelaku usaha yang berperan pada sektor jasa reparasi mobil dan sepeda motor guna menunjang kebutuhan konsumen dalam melakukan perawatan dan servis berkala kendaraan bermotor. Peningkatan ini tidak terlepas dari perkembangan pertumbuhan sektor perekonomian di Provinsi Jawa Barat yang sangat pesat sehingga meningkatkan daya beli masyarakat untuk membeli kendaraan. Jenis sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan

sepeda motor memiliki dua jenis sub sektor seperti perdagangan mobil sepeda motor dan reparasinya dan perdagangan besar dan eceran bukan mobil dan sepeda motor. Berikut adalah data jenis sub sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor pada tahun 2018-2020:

Tabel 1.2
Jenis Sub Sektor PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Provinsi Jawa Barat (Miliar Rupiah)

No.	Lapangan Usaha	PDRB 2018	PDRB 2019	PDRB 2020
1	Perdagangan Mobil Sepeda Motor dan Reparasinya	44.281,03	45.430,68	37.430,76
2	Perdagangan Besar dan Eceran Bukan Mobil dan sepeda motor	247.454,64	278.198,83	266.431,92
TOTAL		291.738,34	323.639,51	303.862,98

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Barat.

Berdasarkan pemaparan pada data Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa, sub sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor di Provinsi Jawa Barat terbagi 2 bagian sub sektor yaitu perdagangan mobil sepeda motor dan reparasinya dan perdagangan besar dan eceran bukan mobil dan sepeda motor. Nilai sub sektor yang memiliki kontribusi besar pada PDRB atas dasar harga berlaku pada sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor adalah sub sektor perdagangan besar dan eceran bukan mobil dan sepeda motor sementara perdagangan mobil sepeda motor dan reparasinya jauh lebih kecil nilai kontribusinya. Dikutip dari halaman resmi Kemenpan RB adanya beberapa prasyarat untuk memperoleh izin usaha jasa bengkel reparasi mobil dan motor seperti sistem mutu, fasilitas peralatan bengkel dan manajemen informasi bengkel. Persyaratan termaksud ke dalam Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) adalah dokumen resmi yang membuktikan bahwa usaha jasa reparasi bengkel yang dilakukan oleh pengusaha telah tercantum dalam Tanda

Daftar Perusahaan dan Surat Ijin Usaha Perdagangan. Berikut data mengenai pertumbuhan perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor menurut jumlah pelaku usaha UMK dan UMB sumber data badan pusat statistik untuk wilayah Provinsi Jawa Barat pada tahun 2017 hingga 2019:

Tabel 1.3
Tingkat Pertumbuhan UMK UMB Perdagangan Besar dan Eceran Reparasi
Mobil dan Sepeda Motor Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Barat
Tahun 2017-2019

No .	Kabupaten/Kota	Tahun 2017	Tingkat Pertumbuhan	Tahun 2018	Tingkat Pertumbuhan	Tahun 2019	Selisih Pertumbuhan
1	Kabupaten Bogor	49,13%	0,30%	49,43%	1,73%	51,16%	1,43%
2	Kabupaten Sukabumi	51,57%	0,23%	51,80%	0,72%	52,52%	0,49%
3	Kabupaten Cianjur	50,60%	3,53%	54,13%	4,21%	58,34%	0,68%
4	Kabupaten Bandung	44,41%	1,13%	45,54%	1,88%	47,42%	0,75%
5	Kabupaten Garut	44,16%	1,46%	45,62%	2,11%	47,73%	0,65%
6	Kabupaten Tasikmalaya	44,48%	0,64%	45,12%	1,08%	46,20%	1,72%
7	Kabupaten Ciamis	46,97%	2,28%	49,25%	3,16%	52,41%	0,88%
8	Kabupaten Kuningan	52,04%	2,32%	54,34%	2,63%	56,97%	0,31%
9	Kabupaten Cirebon	48,50%	0,97%	49,47%	1,87%	51,34%	0,90%
10	Kabupaten Majalengka	43,29%	1,66%	44,95%	3,17%	48,12%	1,51%
11	Kabupaten Sumedang	43,45%	1,18%	44,63%	2,38%	47,01%	1,20%
12	Kabupaten Indramayu	48,63%	1,68%	50,31%	3,43%	53,74%	1,75%
13	Kabupaten Subang	50,77%	0,46%	51,23%	2,21%	53,44%	2,67%
14	Kabupaten Purwakarta	51,30%	1,34%	52,64%	4,12%	56,76%	2,78%
15	Kabupaten Karawang	55,82%	1,60%	57,42%	3,89%	61,31%	2,92%
16	Kabupaten Bekasi	52,27%	1,79%	54,06%	5,08%	59,14%	3,29%
17	Kabupaten Bandung Barat	52,17%	1,02%	53,19%	1,40%	54,59%	0,38%
18	Kabupaten Pangandaran	42,17%	0,62%	42,79%	2,13%	44,92%	1,51%
19	Kota Bogor	43,85%	4,41%	48,26%	6,13%	54,39%	1,72%
20	Kota Sukabumi	43,88%	1,07%	44,95%	1,45%	46,40%	0,38%
21	Kota Bandung	41,74%	3,95%	45,69%	5,10%	50,79%	1,15%
22	Kota Cirebon	42,27%	1,62%	43,89%	2,13%	46,02%	0,51%
23	Kota Bekasi	44,18%	3,44%	47,62%	4,23%	51,85%	0,79%
24	Kota Depok	40,15%	2,01%	42,16%	3,72%	45,88%	1,71%
25	Kota Cimahi	40,78%	2,60%	43,38%	3,63%	47,01%	1,03%
26	Kota Tasikmalaya	38,10%	2,28%	40,38%	3,55%	43,93%	1,72%
27	Kota Banjar	45,34%	1,44%	46,78%	4,05%	50,83%	2,61%

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat.

Tingkat pertumbuhan UMK dan UMB merupakan salah satu indikator keberhasilan untuk tingkat perkembangan yang terjadi pada sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor. Berdasarkan data pada Tabel 1.3

menunjukkan bahwa, pertumbuhan pelaku usaha menurut UMK dan UMB pada sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor di wilayah Provinsi Jawa Barat setiap tahun terus mengalami peningkatan. Peningkatan ini terjadi diakibatkan oleh wilayah Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu pusat perdagangan di Indonesia.

Pertumbuhan sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor di wilayah Provinsi Jawa Barat, daerah yang mengalami pertumbuhan perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor yang paling rendah dibandingkan wilayah lain di Provinsi Jawa Barat lainnya adalah daerah Kabupaten Kuningan dengan nilai angka pertumbuhan perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor yang paling kecil dengan nilai persentasenya 52,04% di tahun 2017 lalu mengalami pertumbuhan sedikit 2,32% menjadi 54,34% pada tahun 2018 dan meningkat lagi sebesar 2,63% menjadi 56,97% di tahun 2019. Kondisi ini berbanding terbalik dengan fakta bahwa di Kabupaten Kuningan setiap tahunnya jumlah kendaraan mengalami peningkatan.

Menurut Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita dalam CNBC Indonesia *Economic* mengatakan banyak faktor yang dapat meningkatkan bisnis pada jasa sub sektor bengkel reparasi mobil dan sepeda motor, salah satunya adalah adanya kebijakan kemudahan pembelian kendaraan yang dilakukan pemerintah dengan pemberian insentif penurunan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) dan didukung revisi kebijakan Otoritas Jasa Keuangan untuk mendorong kredit pembelian kendaraan bermotor melalui pengaturan mengenai uang muka (DP) 0% untuk menggenjot industri otomotif. Hal ini membuat peluang besar bagi para pelaku usaha pada sub sektor jasa bengkel reparasi mobil dan sepeda

motor. Semakin banyaknya kendaraan pada suatu daerah maka akan semakin besar pula kebutuhannya untuk melakukan perawatan dan perbaikan yang harus dilakukan secara berkala. Berikut merupakan data pertumbuhan kendaraan di wilayah Kabupaten Kuningan tahun 2018 sampai dengan 2020:

Tabel 1.4
Pertumbuhan Kendaraan Menurut Cabang Pelayanan Kabupaten Kuningan
Tahun 2018-2020

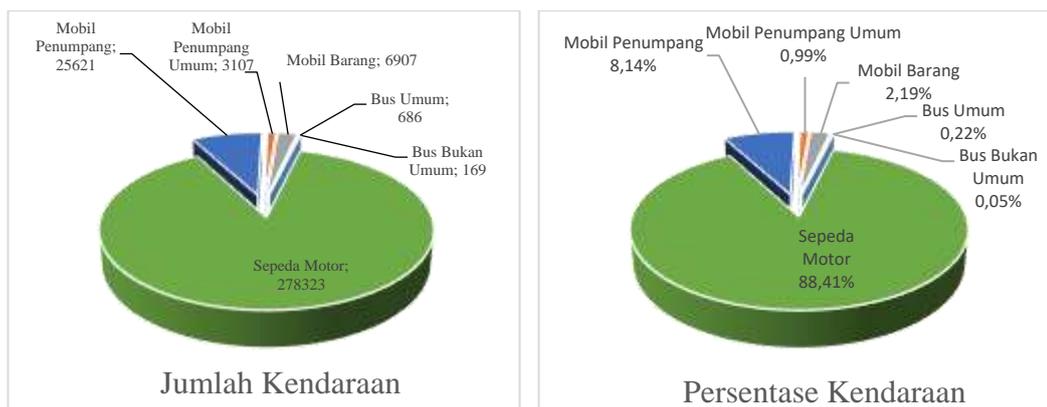
Tahun	Jumlah	Persentase
2018	226.680	48,8%
2019	336.360	2,6%
2020	345.121	

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat.

Berdasarkan data pada Tabel 1.4 dapat dilihat bahwa Kabupaten Kuningan mengalami pertumbuhan kendaraan dengan nilai yang sangat signifikan 48,8% pada tahun 2018-2019 dan mengalami kenaikan lagi sedikit dengan nilai persentasenya 2,6% pada tahun 2019-2020. Walaupun terjadi penurunan pertumbuhan namun sekecil apa pun pertumbuhan kendaraan di Kabupaten Kuningan tetap akan menjadi peluang bagi para pelaku usaha pada sektor jasa bengkel reparasi mobil dan sepeda motor. Semakin banyak kendaraan maka akan semakin besar permintaan kebutuhan untuk melakukan perawatan dan reparasi kendaraan yang selalu membantu masyarakat dalam menjalankan kegiatan mobilitas sehari-hari.

Kendaraan berperan penting untuk mempercepat dan mempermudah aktivitas masyarakat. Saat ini melihat kondisi lalu lintas di jalan-jalan raya yang semakin padat kendaraan dan kemacetan menjadi indikator pertumbuhan kendaraan seperti mobil dan sepeda motor. Hal ini menjadikan pasar otomotif khususnya

sepeda motor sangat besar dan sangat menarik, karena pola pikir baru setiap orang yang ingin bisa melakukan aktivitas secara cepat dan efisien maka kendaraan motor roda dua adalah pilihan yang tepat. Selain itu sepeda motor mempunyai harga ekonomis dan terjangkau pada saat kondisi pandemi, juga mudah dalam pengoperasiannya, ini menjadikan sepeda motor sebagai sarana transportasi yang penting. Hal tersebut didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik yang menunjukkan bahwa penggunaan sepeda motor sangat tinggi dibandingkan dengan alat transportasi lain. Berikut adalah gambar data modal transportasi di Kabupaten Kuningan Tahun 2018 :



Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2018

Gambar 1.2
Modal Transportasi Kota Kuningan Tahun 2018

Berdasarkan Gambar 1.2 pada halaman sebelumnya dapat dilihat bahwa transportasi di Kabupaten Kuningan pada tahun 2018 yang tertinggi adalah 88,41% sepeda motor sedangkan kendaraan lainnya seperti mobil penumpang sebesar 8,14%, mobil barang sebesar 2,19%, bus umum sebesar 0,22%, bus bukan umum sebesar 0,05%, dan mobil penumpang umum sebesar 0,99%. Data di atas menunjukkan bahwa sepeda motor merupakan alat transportasi yang paling banyak diminati dan digunakan oleh setiap orang.

Melihat kondisi itu merupakan bukti bahwa peluang bisnis sangat terbuka lebar bagi jasa yang bergerak bidang otomotif perbengkelan khususnya bengkel reparasi sepeda motor. Keseluruhan dari jumlah total pengguna sepeda motor yang berada di wilayah Kabupaten Kuningan akan membuat tingginya permintaan pengguna sepeda motor terhadap segala aspek yang berkaitan dengan jasa bengkel reparasi sepeda motor itu sendiri.

Kendaraan sepeda motor yang sering dipakai harus selalu dalam keadaan baik. Agar kendaraan selalu dalam kondisi baik, maka diperlukan perawatan dan servis secara berkala. Bengkel dan kendaraan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan untuk itu sangat diperlukan pertumbuhan pelaku usaha jasa bengkel reparasi motor. Banyaknya pengguna sepeda motor di Kabupaten Kuningan hal itu dapat mempengaruhi persaingan menjadi tinggi. Para pelaku usaha juga harus menciptakan opsi lain atau opsi pilihan bagi para pengguna kendaraan sepeda motor dalam pemilihan jasa bengkel perawatan atau reparasi sepeda motor agar mau melakukan servis di bengkelnya.

Banyak faktor pertimbangan ataupun opsi pilihan bagi para pengguna sepeda motor dalam memilih tempat perawatan ataupun perbaikan menjadi sebuah pilihan bagi para pengguna sepeda motor itu sendiri. Pemilihan tempat perawatan ataupun perbaikan bagi para pengguna sepeda motor merupakan hak individu dari pengguna sepeda motor itu sendiri. Ada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi menjadi indikasi pengguna sepeda motor dalam memilih bengkel jasa reparasi sepeda motor seperti, lokasi dan jarak bengkel, fasilitas yang dimiliki bengkel, pelayanan yang diberikan, harga jasa perawatan dan tentunya di era seperti sekarang promosi menarik dari bengkel juga dapat mempengaruhi dan akan

dijadikan alasan pengguna sepeda motor dalam memilih jasa bengkel reparasi sepeda motor. Berikut peneliti akan memaparkan data mengenai 15 pelaku usaha jasa bengkel reparasi sepeda motor yang terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kuningan tahun 2020 (DISKOPERINDAG).

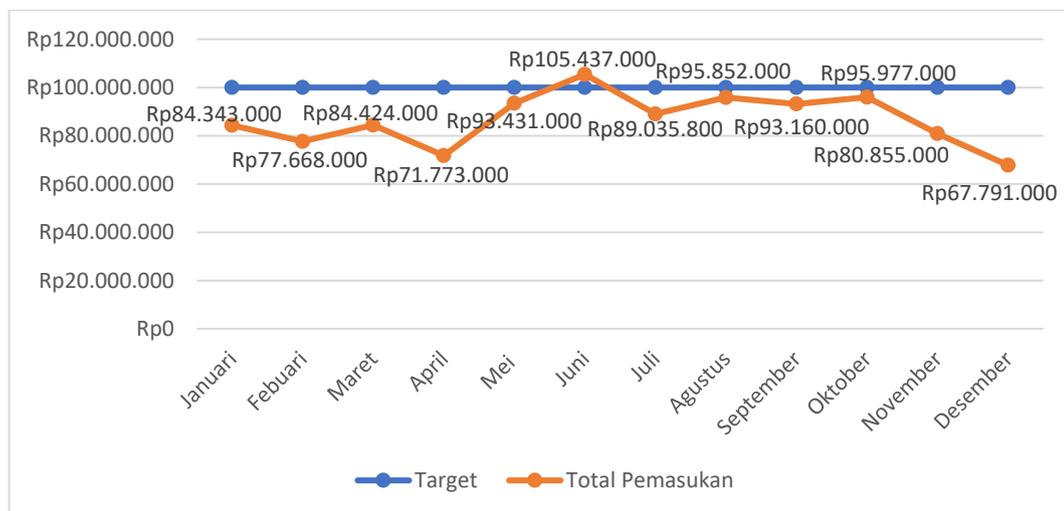
Tabel 1.5
Data Jumlah Pelaku Usaha dan Pengunjung Jasa Reparasi Bengkel Sepeda Motor di Kabupaten Kuningan Tahun 2020

NO.	Nama Bengkel	Jumlah Pengunjung Bengkel
1	Cahaya Motor	96.250
2	Lingga Ban	95.000
3	Indah Motor	94.300
4	Lancar Motor	47.300
5	CV.Mullia Motor	47.150
6	Griya Motor	47.000
7	Bangun Sari Motor	18.860
8	HDS Motor	17.690
9	Kramat Motor	14.140
10	Panunju Ban	10.450
11	Prapatan Motor	9.430
12	Febry Jaya Motor	7.540
13	AS Putra Motor	7.540
14	Osama Motor	6.900
15	Graha Motor	5.560

Sumber : DISKOPERINDAG Kabupaten Kuningan, 2020

Berdasarkan pemaparan data Tabel 1.5 pada halaman sebelumnya bahwa bengkel yang menyediakan layanan jasa reparasi dan perawatan sepeda motor di wilayah Kabupaten Kuningan – Jawa Barat dengan jumlah pengunjung yang melakukan servis terbanyak Tahun 2020 yaitu Bengkel Panunju Ban sebanyak 10.045 unit sepeda motor dan pengunjung yang melakukan servis terendah yaitu Graha Motor sebanyak 5.560 per unit sepeda motor, yang mana merupakan jumlah pengunjung servis terendah dibandingkan dengan jasa bengkel reparasi sepeda motor lainnya. Berkenaan dengan fenomena tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti bengkel Graha Motor. Hal ini terbukti dari dampak besarnya persaingan

yang memiliki pengaruh pada jumlah penurunan jumlah pengunjung bengkel. Untuk lebih jelasnya peneliti akan sajikan data perbandingan target dan realisasi omset bengkel Graha Motor Tahun 2020:



Sumber : Data (Bengkel Graha Motor – Kuningan).

Gambar 1.3
Data Target dan Realisasi (Bengkel Graha Motor)
Tahun 2020

Pada Gambar 1.3 di atas menunjukkan bahwa data transaksi bengkel Graha Motor mengalami fluktuasi cenderung menurun dari target yang telah ditetapkan dan total pemasukan bengkel Graha Motor mengalami ketidakstabilan semester pertama tahun 2020 sehingga tidak mencapai target dan hanya mencapai target pada 1 bulan saja yaitu di bulan Juni tahun 2020, Kemudian pendapatan Graha Motor kembali mengalami ketidakstabilan pada semester dua dan mengalami penurunan drastis di bulan Desember tahun 2020.

Pendapatan yang tidak stabil dan bahkan cenderung mengalami penurunan drastis pada bulan Desember tersebut mengindikasikan terjadinya penurunan minat dan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa di Bengkel Graha Motor Kuningan. Menurut Tjiptono dalam Imon NV (2020:5) yang

menyatakan bahwa volume penjualan menurun diindikasikan terdapat keputusan pembelian konsumen yang rendah. Perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian para konsumen.

Kotler dan Amstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:199) menjelaskan mengenai teori tentang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, dimana teori tersebut menjelaskan bahwa suatu keputusan konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian meliputi 6 (enam) sub keputusan yang diantaranya meliputi pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, serta metode pembayaran yang digunakan dalam pembelian tersebut.

Berdasarkan dari penjelasan diatas bahwa konsumen dalam melakukan keputusan pembeliannya didasarkan atas produk atau jasa dari suatu perusahaan, artinya perusahaan harus bisa menyajikan produk atau jasa yang berkualitas dan bernilai di mata konsumen agar dapat menarik minat konsumen. Konsumen akan memilih salah satu produk atau jasa yang menarik minat dari beberapa alternatif untuk dilakukan keputusan pembelian. Dalam hal ini berbagai pilihan alternatif yaitu jasa servis Bengkel motor di Kuningan. Dengan adanya penurunan pembelian produk atau jasa bengkel maka dapat diartikan bahwa keputusan pembelian pada Bengkel Graha Motor terdapat konsumen yang memiliki pertimbangan alternatif lain dalam memilih keputusan penggunaan jasa servis bengkel motor.

Peneliti melakukan penelitian pendahuluan untuk mengetahui lebih jauh mengenai penurunan pengunjung yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden konsumen Bengkel Graha Motor Kuningan. berikut ini hasil

penelitian pendahuluan terkait kinerja pemasaran pada konsumen Bengkel Graha Motor Kuningan:

Tabel 1.6
Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan Mengenai Kinerja Pemasaran
Bengkel Graha Motor Kuningan

Keterangan	Pernyataan	JAWABAN					RATA - RATA	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Keputusan Pembelian	Saya memilih Bengkel Graha Motor setelah mencari informasi terkait jasa servis bengkel	5	3	14	5	1	3,00	Kurang Setuju
	Produk yang ditawarkan bengkel graha motor memenuhi kebutuhan saya dalam melakukan perawatan sepeda motor	2	7	16	5	0	3,20	Kurang Setuju
Kepuasan Konsumen	Pelayanan yang dilakukan Bengkel Graha Motor memuaskan	6	11	7	6	0	3,57	Setuju
	Biaya paket perawatan servis sebanding dengan pelayanan yang graha berikan	8	9	8	5	0	3,67	Setuju
Loyalitas	Saya melakukan pembelian ulang produk jasa servis Bengkel Graha Motor	7	10	9	1	1	3.50	Setuju
	Saya merekomendasikan Bengkel Graha Motor kepada teman dan keluarga	5	10	9	6	0	3.46	Setuju

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan data hasil kuesioner penelitian pendahuluan Tabel 1.6 pada halaman sebelumnya yang telah peneliti lakukan kepada 30 responden yaitu konsumen bengkel jasa reparasi Graha Motor Kuningan menunjukkan bahwa terdapat beberapa masalah yang terjadi pada Bengkel Graha Motor Kuningan. Hasil penelitian pendahuluan pada halaman sebelumnya mengungkapkan pernyataan dari keputusan pembelian, kepuasan konsumen, dan loyalitas.

Berikut hasil yang diberi tanda dengan warna kuning adalah yang diindikasikan bermasalah. Tabel 1.6 tersebut menyimpulkan bahwa terdapat masalah pada variabel keputusan pembelian jasa Bengkel Graha Motor Kuningan yang ditunjukkan melalui pernyataan “saya memilih bengkel graha motor setelah mencari informasi terkait jasa servis bengkel” yang memperoleh nilai rata-rata 3,00 dikategorikan memiliki kriteria kurang baik, selanjutnya pada pernyataan “produk yang ditawarkan bengkel graha motor memenuhi kebutuhan saya dalam melakukan perawatan sepeda motor” yang memperoleh nilai rata-rata 3,20 dikategorikan memiliki kriteria tidak baik. Keputusan pembelian akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Setiap akan melakukan keputusan pembelian, konsumen akan memilih alternatif-alternatif pilihan dan akan melakukan evaluasi mengenai sikapnya.

Keputusan pembelian atas suatu produk dan jasa dalam hal ini belum tentu menjadi satu-satunya sumber masalah yang menyebabkan turunnya konsumen dalam melakukan pembelian jasa servis Bengkel Graha Motor Kuningan. Banyaknya usaha jasa bengkel reparasi sepeda motor tentu akan mempengaruhi konsumen dengan cara menjadikan berbagai macam pilihan alternatif dari bengkel yang ingin dikunjungi dan menjadi tempat perawatan bagi sepeda motor mereka.

Hal ini dapat digunakan oleh para pelaku usaha dibidang jasa reparasi sepeda motor untuk mempelajari perilaku konsumen sebagai modal untuk bersaing guna menjadikan nilai tambah bagi konsumen dalam mempertimbangkan pemilihan jasa bengkel sepeda motor.

Berdasarkan fenomena yang peneliti uraikan, peneliti dalam hal ini melakukan penelitian pendahuluan mengenai faktor-faktor lain yang memberikan dampak yang tidak baik bagi Bengkel Graha Motor Kuningan. Hal ini sejalan dengan pendapat Rambat Lupiyoadi (2020:92) yang menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah suatu alat yang digunakan oleh produsen untuk mencapai suatu tujuan serta mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Seperti yang kita ketahui bauran pemasaran terbagi atas dua yaitu bauran pemasaran produk dan bauran pemasaran jasa. Dikarenakan peneliti melakukan penelitian terhadap jasa servis Bengkel Graha Motor Kuningan sehingga peneliti menggunakan bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), lokasi/tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*).

Berikut terdapat penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran pada halaman selanjutnya untuk mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yang di sebarakan kepada 30 responden pada konsumen Bengkel Graha Motor Kuningan Jawa Barat:

Tabel 1.7
Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan Kondisi Bauran Pemasaran
Bengkel Graha Motor Kuningan

Keterangan	Pernyataan	Jawaban					RATA - RATA	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Produk	Produk servis yang diberikan Bengkel Graha Motor sesuai dengan harapan	10	17	1	2	0	4,16	Setuju
	Pilihan paket yang disediakan sangat beragam	5	17	8	0	0	3,90	Setuju
Harga	Harga yang ditawarkan relatif terjangkau	4	18	6	1	1	3,76	Setuju
	Harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas perawatan motor yang diberikan	6	20	2	1	1	3,96	Setuju
	Harga servis atau perawatan motor sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan	10	14	2	1	3	3,90	Setuju
Lokasi	Lokasi bengkel mudah dijangkau	1	11	16	2	0	3,36	Kurang Setuju
	Lokasi bengkel Graha Motor nyaman	2	9	16	1	2	3,26	Kurang Setuju
	Tempat Parkir Bengkel Graha Motor luas	1	10	13	5	1	2,50	Tidak Setuju
Promosi	Apakah promosi yang dilakukan graha motor mudah dimengerti	0	11	17	1	1	3,26	Kurang Setuju
	Graha Motor melakukan promosi melalui Media sosial atau internet	1	10	15	2	2	3,20	Kurang Setuju
	Potongan harga yang diberikan Bengkel Graha Motor menarik	0	8	10	6	6	2,66	Kurang Setuju
Orang	Pelayanan yang diberikan oleh Mekanik Graha Motor sangat ramah dalam melayani	14	12	2	2	0	4,26	Sangat Setuju
	Mekanik Graha Motor sangat cepat tanggap dalam melayani keluhan kerusakan sepeda motor	9	15	2	1	3	3,86	Setuju
	Mekanik Graha Motor memberikan rasa senang dan nyaman dalam pelayanan	8	16	1	4	1	3,86	Setuju
Proses	Kemudahan Proses <i>Booking Service</i> di Graha Motor	8	17	3	1	1	4,00	Setuju
	Proses <i>Full Treatment</i> Servis yang cepat di graha motor	5	23	1	1	0	4,06	Setuju
	Proses Pembayaran yang sangat mudah	8	11	3	4	4	3,50	Setuju
Bukti Fisik	Peralatan dan <i>Sparepart</i> yang digunakan Graha Motor sangat lengkap	10	12	3	3	2	3,83	Setuju
	Ruang Tunggu yang nyaman bersih	8	9	5	5	3	3,46	Setuju

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan pada Tabel 1.7 di halaman sebelumnya yang merupakan hasil penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran pada Bengkel Graha Motor Kuningan. Hasil penelitian pendahuluan yang diberi warna kuning merupakan bauran pemasaran yang diindikasikan paling bermasalah. Tabel 1.7 tersebut menyimpulkan bahwa terdapat permasalahan pada variabel lokasi, karena jika dilihat dari frekuensi jawaban kurang setuju sampai dengan sangat tidak setuju variabel lokasi yang paling mendominasi. Variabel lain yang terindikasi bermasalah yaitu pada promosi penjualan, hal ini karena frekuensi pernyataan mengenai promosi penjualan yang paling mendominasi juga setelah variabel lokasi. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan tersebut dapat diketahui bahwa yang menjadi tolak ukur keputusan pembelian jasa Bengkel Graha Motor Kuningan yaitu lokasi dan promosi penjualan.

Lokasi merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam menarik minat konsumen. Letak yang strategis dan dekorasi tata letak perusahaan juga akan menarik konsumen, semakin menarik dekorasi atau tata letak perusahaan maka akan menciptakan sebuah kesan pertama yang positif kepada konsumen (Kuncoro, Wibowo, & Utami, 2016:144). Menurut Tjiptono dalam jurnal Haryoko & Rabani (2019:150) Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya. Lokasi Bengkel Graha Motor sendiri berada di jalan raya Jalaksana, Desa, RT.21/RW.04, Manislor, Kec. Jalaksana, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat yang berada pada jalur akses utama Kabupaten Kuningan menuju pusat kota, akan

tetapi Bengkel Graha Motor sulit terlihat dari akses jalur utama tersebut karena letak bengkelnya yang lebih rendah dari badan jalan dan tidak adanya logo atau plang Bengkel Graha Motor yang membuat konsumen menyadari lokasi Bengkel Graha Motor. Maka dari itu lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Teori ini diperkuat berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iffan dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain semakin baik lokasi maka tingkat keputusan pembelian akan semakin meningkat.

Menurut hasil penelitian pendahuluan, faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian suatu barang atau jasa adalah promosi penjualan. Promosi penjualan merupakan bagian variabel yang penting dalam bauran pemasaran sebagai salah satu alat untuk mendapatkan pembeli kegiatan promosi penjualan harus dilaksanakan dengan baik dan menarik oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa karena hal tersebut penting untuk membujuk konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Philip Kotler dalam Faozi dan Handayani (2019:46) juga menjelaskan bahwa aktivitas promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Seluruh kegiatan promosi penjualan bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian. Pendapat tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi Rahmasari sinambela (2019) yang menyatakan bahwa promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian akan mengalami peningkatan.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang peneliti telah uraikan, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen Bengkel Graha Motor Kuningan)”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah peneliti sampaikan pada sub bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang akan dilakukan dalam penelitian ini, sehingga peneliti dapat menentukan rumusan masalah dalam penelitian. Berikut peneliti menyajikan identifikasi masalah dan rumusan masalah penelitian Bengkel Graha Motor Kuningan.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan proses yang dilakukan untuk dapat menentukan rumusan masalah, berikut di bawah ini merupakan identifikasi masalah yang berdasarkan latar belakang yang telah peneliti sampaikan pada sub bab sebelumnya:

1. Sektor PDRB perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor memberikan kontribusi yang besar di Provinsi Jawa Barat namun persentasenya menurun pada tahun 2020.
2. Nilai kontribusi jenis sub sektor perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor lebih kecil dibandingkan dengan nilai kontribusi perdagangan besar eceran bukan mobil dan sepeda motor.

3. Banyaknya pelaku usaha jasa bengkel sepeda motor membuat tingkat persaingan bisnis di bidang jasa bengkel sepeda motor semakin kompetitif.
4. Kabupaten Kuningan memiliki nilai tingkat pertumbuhan UMK/UMB perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor terendah dibandingkan Kabupaten/Kota lainnya di Provinsi Jawa Barat.
5. Jumlah pengunjung Bengkel Graha Motor terendah dibandingkan dengan bengkel lain.
6. Target dan realisasi omset pendapatan Bengkel Graha Motor dalam satu tahun terakhir 2020 mengalami penurunan.
7. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan keputusan pembelian Bengkel Graha Motor rendah.
8. Berdasarkan hasil informasi dan observasi yang kemudian diperkuat oleh hasil penelitian pendahuluan bahwa lokasi Bengkel Graha Motor tidak dapat dilihat dengan jelas dari badan jalan pada jarak pandang normal oleh konsumen dan lahan parkir yang kurang luas.
9. Berdasarkan hasil informasi dan observasi yang kemudian diperkuat oleh hasil penelitian pendahuluan bahwa kurangnya promosi penjualan yang dilakukan Bengkel Graha Motor berupa pemberian diskon harga jasa servis kepada konsumen membuat kurang tertarik.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dalam latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikaji sebelumnya, maka peneliti merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai lokasi bengkel Graha Motor.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai promosi penjualan bengkel Graha Motor.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian jasa bengkel Graha Motor.
4. Seberapa besar pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian jasa bengkel Graha Motor Kuningan secara simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan yang harus dicapai yang mengacu pada rumusan masalah penelitian, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji hal-hal sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen mengenai lokasi pada bengkel Graha Motor Kuningan.
2. Tanggapan konsumen mengenai promosi penjualan pada bengkel Graha Motor Kuningan.
3. Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian jasa bengkel Graha Motor Kuningan.
4. Besarnya pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen jasa bengkel Graha Motor Kuningan secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi peneliti tetapi

penulisan ini juga dapat bermanfaat bagi pihak lain. penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangan pemikiran dan bahan referensi untuk dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran.

1. Bagi Peneliti

- a. Peneliti dapat memperdalam pengetahuannya dan menambah ilmu yang belum diperoleh dalam perkuliahan biasa dengan membandingkan teori dengan praktik di lapangan.
- b. Menambah ilmu pengetahuan mengenai pemasaran khususnya mengenai pengaruh lokasi.
- c. Menambah ilmu pengetahuan mengenai bidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh promosi penjualan.
- d. Menambah ilmu pengetahuan bidang pemasaran khususnya mengenai keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Lain

- a. Sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah didapat pada saat perkuliahan dengan realisasinya.
- b. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain dan sebagai acuan atau pembanding bilamana akan melakukan penelitian dan mengkaji lebih dalam dengan permasalahan yang serupa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis baik bagi pihak internal maupun pihak terkait lainnya seperti peneliti, berikut merupakan kegunaan praktis yang terdapat dalam penelitian :

1. Bagi Peneliti

- a. Peneliti dapat memperdalam pengetahuan dan wawancara dalam bidang manajemen pemasaran Khususnya mengenai masalah keputusan pembelian bengkel Graha Motor.
- b. Peneliti memperoleh pengetahuan dan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya pada masalah lokasi, dan promosi penjualan bengkel Graha Motor di Kabupaten Kuningan.
- c. Peneliti diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian jasa bengkel Graha Motor di Kabupaten Kuningan.

2. Bagi Perusahaan

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mempertimbangkan aspek lokasi bengkel graha motor.
- b. Membantu meningkatkan promosi penjualan yang lebih baik untuk meningkatkan pembelian.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran untuk menangani permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan keputusan pembelian.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Hasil penelitian ini bagi para akademik dapat dijadikan referensi tambahan bagi peneliti yang sedang melakukan penelitian pada bidang sejenis.
- b. Menjadi bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian lokasi dan promosi penjualan dan dampaknya terhadap keputusan pembelian.
- c. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi strategi pemasaran, khususnya lokasi dan promosi penjualan bagi para pengusaha bengkel lain sehingga dapat meningkatkan penjualan

4. Bagi konsumen

- a. Penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada konsumen pentingnya penentuan lokasi usaha dalam menciptakan keputusan pembelian.
- b. Penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada konsumen pentingnya penentuan strategi promosi penjualan dalam menciptakan keputusan pembelian.
- c. Penelitian ini dapat memberikan gambaran pada konsumen tentang lokasi dan promosi penjualan untuk dipertimbangkan dalam menimbulkan keputusan pembelian.