

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri otomotif telah berkembang pesat dari waktu ke waktu di berbagai negara. Salah satunya ialah Indonesia yang pertumbuhan industri otomotifnya cukup tinggi, sehingga otomotif menjadi salah satu unggulan dan menjadi salah satu sektor yang menyumbang PDB yang tinggi di Indonesia. Menurut data Gaikindo, penjualan mobil dari pabrik ke dealer di Indonesia periode Januari-November 2018 menapai 1,06 juta unit, naik 7% dari periode yang sama tahun lalu sebanyak 994 ribu unit. Sektor industri otomotif diprediksi masih akan tumbuh pada tahun 2019. Gencarnya pembangunan infrastruktur jalan di berbagai wilayah di Indonesia diperkirakan menjadi salah satu katalis pertumbuhan industri otomotif tahun yang akan datang dengan target capaian penjualan mobil baru sebesar 1,1 juta unit.

Berikut ini adalah data penjualan unit mobil di Indonesia dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2018.

**Tabel 1.1.** Data Penjualan Mobil di Indonesia dari tahun 2010 Sampai Dengan Tahun 2018 (unit)

<b>Tahun</b>	<b>Total Penjualan Mobil</b>
2010	764.710
2011	894.164
2012	1.116.230
2013	1.229.811
2014	1.208.019
2015	1.013.518
2016	1.062.694
2017	1.077.365
2018	1.151.291

Sumber : [gaikindo.or.id](http://gaikindo.or.id) (2018)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan mobil di Indonesia mengalami trend kenaikan dari tahun ketahun.

Pertumbuhan bisnis otomotif di Indonesia membuat persaingan antar brand semakin ketat, dengan produk yang beragam dengan harga yang sama membuat customer bisa saja memilih brand lain. Inovasi-inovasi yang dilakukan brand yang satu dengan brand yang lainnya semakin mengikuti perkembangan zaman dan tuntutan keinginan pelanggan. Sehingga membuat perbedaan diantara brand brand tersebut tidak terlalu jauh dari aspek teknologi yang digunakan. Para pelaku usaha otomotif di Indonesia mempunyai strategi penjualan yang bagus dengan kualitas layanan yang baik dalam memasarkan produknya.

BMW merupakan salah satu merek mobil premium asal Jerman yang sudah lama dikenal dunia, yang selalu berupaya terus meningkatkan teknologi mutakhir dan meningkatkan kualitas produk serta pelayanan yang baik kepada setiap pelanggannya.

Selain pelayanan akan membeli kendaraan, pelayanan bengkel (aftersales) merupakan hal yang harus diperhatikan juga oleh perusahaan otomotif terkait dengan kepuasan pelanggan yang diperoleh. Kemudahan dalam layanan aftersales suatu brand menjadi alasan yang penting untuk membuat pelanggan membeli kendaraan. Sadar akan hal tersebut, perusahaan-perusahaan otomotif di Indonesia memperhatikan layanan aftersales mereka dengan membuat layanan aftersales yang mempunyai kualitas layanan yang bagus.

Perlunya dilakukan evaluasi terhadap kinerja layanan bengkel (aftersales) guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan di masa mendatang. Pelanggan menginginkan kendaraan yang dibelinya mendapatkan kualitas service dan pelayan yang baik. Sebagai salah satu brand premium di Indonesia, BMW harus menyediakan pelayanan terbaik kepada pelanggannya. Standard Operasional Prosedur yang ditetapkan begitu tinggi dan berkualitas.

Berikut ini adalah data penjualan unit mobil di Indonesia dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2018.

**Table 1.2.** Data Penjualan Mobil merek BMW di Indonesia dari tahun 2010 Sampai Dengan Tahun 2018 (unit)

<b>Tahun</b>	<b>Total Penjualan Mobil</b>
2010	1.436
2011	1.551
2012	2.188
2013	2.460
2014	2.547
2015	2.700
2016	2.506
2017	2.800
2018	2.360

*Sumber : gaikindo.or.id*

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan mobil merek BMW di Indonesia mengalami trend kenaikan dari tahun ketahun.

PT Astra Internasional Tbk. Melalui BMW Sales Operation (BSO) beroperasi sebagai dealer BMW yang menjalankan kegiatan pemasaran dan penjualan mobil serta layanan purna jual di bawah kordinasi PT BMW Indonesia sebagai distributor tunggal di Indonesia.

Adapun objek peneliian ini adalah Bengkel BMW Astra Sunter. Banyak bengkel-bengkel yang beroperasi di Indonesia baik bengkel dealer maupun bengkel pusat yaiutu bengkel yang memberikan pelayanan pada kendaraan dengan merek tertentu seperti pada Bengkel BMW Astra Sunter yang memberikan pelayan khusus terhadap mobil BMW. BMW Astra Sunter memberikan pelayanan Sales, Service dan Spare Part. Banyak pelanggan yang mempercayakan perawatannya di Bengkel Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada konsumen, masih terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Bengkel BMW Astra Sunter Seperti : Keramahan dan keingin untuk membantu dari Service Advisor (SA) di bengkel, Rekomendasi service dan analisa yang disampaikan Service Advisor (SA) di bengkel, Ketepatan waktu service dengan yang dijanjikan, Penjelasan biaya yang disampaikan, Kebersihan kendaraan ketika

kendaraan diambil dari bengkel menjadi beberapa indikator kepuasan pelanggan yang dapat di jumpai di bengkel Astra BMW Sunter.

terkait permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul analisis kepuasan pelanggan pada bengkel BMW Astra Sunter (studi pada PT. Astra Internasional TBK. BSO-Sunter)

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan Kualitas Layanan di Bengkel Astra BMW Sunter?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan Harga di Bengkel Astra BMW Sunter?
3. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan Faktor Emosional di Bengkel Astra BMW Sunter?
4. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan Lokasi di Bengkel Astra BMW Sunter?
5. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan Kemudahan di Bengkel Astra BMW Sunter?
6. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan Kualitas layanan, Harga, Faktor Emosional, Lokasi dan Kemudahan di Bengkel Astra BMW Sunter?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan penelitian tersebut, maka tujuan peneliti melakukan penelitian tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan Kualitas Layanan di Bengkel Astra Sunter.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan Harga di Bengkel Astra Sunter.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan Faktor Emosional di Bengkel Astra Sunter.
4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan Lokasi di Bengkel Astra Sunter.

5. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan Kemudahan di Bengkel Astra Sunter.
6. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan Kualitas Layanan, Harga, Faktor Emosional, Lokasi dan Kemudahan di Bengkel Astra Sunter

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen Pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Informasi dalam penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi untuk mengetahui kepuasan pelanggan di bengkel BMW Astra Sunter.

3. Bagi Penelitian

Penelitian ini sebagai wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari pada mata kuliah manajemen pemasaran, untuk membandingkan teori dengan kenyataan di lapangan, dan menambah wawasan akan kasus nyata dalam dunia bisnis.