

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di era modern ini, banyak perusahaan otomotif di Indonesia yang membuat persaingan bisnis semakin hari semakin ketat serta menciptakan lapangan usaha yang baru bagi para pelaku usaha baru. Seperti kita ketahui, otomotif (Mobil, Motor, dan lain-lain) sudah tidak asing dalam kehidupan sehari-hari. Setiap orang mulai dari orang tua bahkan sampai pelajar telah mendapatkan manfaat dari otomotif tersebut. Khususnya bagi para pelaku usaha yang menciptakan beberapa usaha baru seperti menyediakan aksesoris dan *spare part* bagi para pemilik kendaraan roda dua maupun lebih.

Dalam perspektif konsumen, kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai relatif (*relative volume*) terhadap konsumen (Kotler dan Armstrong, 2001). Nilai bagi pelanggan ini dapat diciptakan melalui atribut-atribut pemasaran perusahaan yang dapat menjadi unsur-unsur stimuli bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian. Stimulasi adalah setiap bentuk fisik atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi perilaku. Salah satu bentuk stimuli yang dapat mempengaruhi konsumen dan merupakan faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan adalah stimuli pemasaran yaitu melalui unsur-unsur strategi *marketing mix* (Assael, 1992; Zeithaml dan Bitner, 2001).

Usaha aksesoris ini merupakan hal yang sangat penting sekali pada saat ini, bukan hanya sebagai sarana transportasi bahkan telah menjadi hobi tersendiri bagi para pemiliknya dengan menambah beberapa item-item terhadap kendaraan

tersebut. Seperti menggunakan *sound system* pada kendaraan pribadi yang sudah menjadi para remaja pemilik tersebut.

Pertumbuhan penjualan otomotif di tanah air yang luar biasa saat ini mendorong banyak produsen aksesoris dan *spare part* otomotif terjun menggarap pasar aksesoris ritel. Pasar aksesoris otomotif di Indonesia masih sangat menjanjikan digarap meski beberapa merek sudah menyesaki pasar. Ini karena kebutuhan aksesoris dan *spare part* berkualitas terus meningkat, seiring dengan pertumbuhan penjualan kendaraan baru, baik roda dua maupun roda empat.

Keberhasilan suatu usaha ini dalam mencapai tujuan dan sasarannya ditentukan keberhasilan dalam memasarkan produk sehingga sampai ke tangan konsumen akan tetapi permasalahan pokok yang sering dihadapi adalah dalam memasarkan produk-produk yang dipasarkan. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha dituntut untuk merencanakan sekaligus menerapkan kiat-kiat yang tepat agar permasalahan yang dihadapi dapat diatasi dengan baik sehingga pelaku usaha dapat terus meningkatkan volume penjualannya.

Bisnis ritel di Indonesia makin hari dirasakan semakin ramai dan persaingan bisnisnya menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, namun tidak menjadi halangan bagi para pengusaha ritel untuk menambah jumlah outletnya diberbagai wilayah, apalagi setelah meningkatnya sejumlah supermarket/minimarket baru dari berbagai perusahaan ritel yang meyenggarakan program-program tertentu yang diyakini mampu mengajak masyarakat untuk berbelanja di perusahaanya, sangat berpengaruh terhadap omzet penjualan dan pengadaan barang dari bisnis ritel yang selalu menunjukkan kenaikan tajam.

Ritel merupakan salah satu rantai saluran distribusi yang memegang peranan yang penting dalam penyampaian barang dan jasa kepada konsumen akhir. Ritel meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang retailer adalah Minang Jaya Motor. Minang Jaya Motor menawarkan produk yang lebih variatif dan lebih murah dibanding dengan toko lainnya yang sejenis. Minang Jaya Motor merupakan usaha yang cukup baru dalam dunia usaha sehingga jaringannya pun masih terbilang belum cukup luas, tetapi Minang Jaya Motor diyakini akan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya dalam bidang sejenis yang telah berdiri cukup lama dan mempunyai jaringan luas.

Minang Jaya Motor merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang menjual alat-alat, aksesoris dan melayani jasa pemasangan terhadap kendaraan khususnya roda empat (mobil). Walaupun tidak memproduksi atau menciptakan produk tapi Minang Jaya Motor menyediakan produk atau barang yang berkualitas dengan merek-merek ternama.

Minang Jaya Motor menawarkan beberapa produk atau barang kepasar untuk dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan para konsumen yang sesuai dengan tingkat permintaan pasar yang begitu banyak. Maka usaha ini tergolong penting untuk memenuhi kebutuhan, keinginan konsumen tersebut dengan produk atau barang yang disediakan.

Bagi sebuah bisnis, produk atau barang yang diberikan kepada konsumen maupun pelanggan akan memperkuat posisinya terutama di mata pelanggan.

Konsumen akan merasa puas jika kebutuhannya terpenuhi secara utuh mulai dari kebutuhan inti hingga kebutuhan potensial.

Berdasarkan atas permasalahan diatas, penulis tertarik untuk melakukan magang di perusahaan tersebut untuk melihat secara langsung bagaimana perusahaan menerapkan bauran ritel.

Oleh karena itu, proposal magang ini diberi judul “**RETAIL MIX PADA MINANG JAYA MOTOR**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diuraikan rumusan masalah dari proposal magang ini adalah Bagaimanakah *Retail Mix* pada Minang Jaya Motor?

1.3 Tujuan Magang

Adapun tujuan penulis dalam melakukan kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui bagaimana *Retail Mix* pada Minang Jaya Motor.

1.4 Manfaat Magang

Magang merupakan proses untuk mempelajari praktek-praktek pekerjaan yang nyata pada dunia usaha maupun instansi pemerintah, sehingga diharapkan magang akan memberi manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Penulis dapat menerapkan ilmu dan teori-teori yang telah dipelajari selama penulis kuliah dan mengimplementasikan pada kegiatan yang sesungguhnya, kemudian penulis juga mempunyai peluang untuk mendapatkan pengetahuan baru di bidang pemasaran dan promosi suatu perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk menyelesaikan suatu masalah dan juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penyempurnaan perusahaan.

c. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan salah satu sumbangan dan tambahan pemikiran bagi perkembangan dunia ilmu pengetahuan dan teknologi pada era globalisasi saat ini.

1.5 Lokasi dan Waktu

1. Lokasi

Kegiatan magang ini dilakukan di **Minang Jaya Motor** yang beralamatkan di Jalan Dr. Sutomo no.113 Marapalam Padang.

2. Waktu

Dilakukan mulai bulan Mei sampai Juni 2014 di Minang Jaya Motor dengan masa kerja 40 hari.