

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring waktu, semua perusahaan menghadapi masalah persaingan dalam bisnis mereka. Pertumbuhan perdagangan, baik manufaktur maupun jasa, menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Salah satu perusahaan yang terkena dampak adalah layanan sekolah mengemudi. Hal ini mengalami perkembangan pesat, apalagi mengingat adanya perdagangan bebas dan pemenuhan keinginan konsumen yang menjadikan orientasi konsumen masing-masing perusahaan sebagai prioritas utama.

Oleh karena itu, ditandai dengan munculnya banyak perusahaan baru yang berusaha mendapatkan pangsa pasar dan pasar baru melalui berbagai cara dan inovasi yang terlihat pada produk dan jasa yang mereka hasilkan. Agar sebuah bisnis dapat bertahan dan mencapai tujuan utamanya, ia harus dapat memberikan konsumen nilai yang tinggi, kualitas yang lebih baik, harga yang lebih rendah, fasilitas yang wajar, dan layanan yang lebih baik.

Mengemudi suatu kebutuhan yang utama yang harus kita akui terutamanya itu mobil. Selain itu, mengendarai mobil juga merupakan salah satu cara untuk mengoptimalkan pengoperasian alat transportasi yang digunakan dan juga untuk menutupi kebutuhan finansial. Indonesia memiliki mobilitas yang tinggi dan nampaknya dua berbanding lurus dengan jumlah kecelakaan di jalan raya. Salah

satu penyebabnya terjadinya kecelakaan tersebut adalah faktor dari manusia yang sering melakukan kesalahan pada saat berkendara di jalan raya, sehingga pelatihan mengemudi sangatlah penting dan diperlukan sebagai dasar dalam berkendara di jalan raya. Keahlian yang banyak dimiliki seseorang saat ini adalah mengendarai mobil. Kursus ini diselenggarakan untuk orang-orang yang membutuhkan pengetahuan, keterampilan, sikap pengembangan diri, dan usaha mandiri. Dengan bantuan layanan kursus mengemudi ini, masyarakat sebagai pengguna layanan dengan belajar mengemudi secara langsung dan mudah, tentunya dengan instruktur profesional (Merryani et al., 2021).

Secara menyeluruh penyelenggaraan pendidikan mengemudi bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang dapat mempraktekan keterampilan mengemudinya, dan saat ini sudah banyak sekolah kursus mengemudi dengan nama dan praktik pelaksanaan yang berbeda-beda. Banyak perusahaan sekolah mengemudi menambahkan fasilitas baru untuk mendorong pelanggan menggunakan layanan mereka. Hal ini memberikan konsumen lebih banyak pilihan dalam memilih jasa mengemudi, dan semakin banyak konsumen yang tertarik untuk mengikuti pelatihan sekolah mengemudi. dengan berbagai macam program yang tersedia, mulai dari potongan harga, fasilitas, pelayanan hingga program pembelajaran, maka dari itu perusahaan harus mampu memenangkan para pesaing dengan menampilkan yang terbaik dan serta dapat memenuhi selera konsumen yang berubah-ubah. Tanpa adanya konsumen, setiap perusahaan pasti akan berkurangnya pendapatan yang berakibat pada jatuhnya bisnis tersebut.

Bhakti jaya merupakan salah satu penyedia jasa kursus mengemudi yang menawarkan layanan antara lain *call center* yang memungkinkan pelanggan dengan mudah menghubungi perusahaan, mendapatkan informasi mengenai materi yang diajarkan, dan mengatur jadwal latihan. Fasilitas layanan yang ditawarkan lainnya adalah biro jasa pembuatan SIM, perpanjangan STNK dan lain-lain, layanan instruktur yang profesional dan handal dan juga pembayaran juga yang dapat dicicil. dari beberapa nama kursus mengemudi di Kota Bekasi khususnya di Bekasi Timur. Kursus Mengemudi Bhakti Jaya merupakan jasa kursus mengemudi yang cukup dikenal oleh masyarakat Bekasi Timur. kursus mengemudi Bhakti jaya yang sebelumnya memiliki 6 cabang namun sekarang sudah menurun jumlah cabang dari bhakti jaya stir mengemudi ini menjadi 2 cabang yaitu di daerah tambun selatan dan di perumahan Mutiara Gading Timur. dikarenakan terjadinya krisis dan tidak bisa bersaing dengan jasa mengemudi mobil di daerah Bekasi timur, yang berakibat kan para jumlah konsumen yang mengambil jasa mengemudi di bhakti jaya stir mobil berkurang.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas yang sudah di jelaskan, dapat di ajukan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi CV Bhakti Jaya stir mobil Perumahan Mutiara Gading Timur dalam Meningkatkan Minat Konsumen”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran CV Bhakti Jaya Stir Mobil Dalam Menarik minat Konsumen di Perumahan Mutiara Gading Timur?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Dari rumusan masalah diatas peneliti mengambil pertanyaan mikro sebagai berikut:

1. Bagaimana Produk (*Product*) yang dilakukan oleh CV Bhakti Jaya Stir Mobil agar menarik minat konsumennya?
2. Bagaimana Harga (*Price*) yang dilakukan oleh CV Bhakti Jaya Stir Mobil agar menarik minat konsumennya?
3. Bagaimana Promosi (*Promotion*) yang dilakukan oleh CV Bhakti Jaya Stir Mobil agar mampu menjangkau target pasar sasaran?
4. Bagaimana Tempat (*Place*) yang dilakukan oleh CV Bhakti Jaya Stir Mobil agar produknya dinikmati oleh konsumennya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki maksud dan tujuan yang juga menjadi bagian dari penelitian dalam konteks kedepannya, adapun maksud dan tujuannya sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui secara jelas tentang bagaimana Strategi Komunikasi CV Bhakti Jaya Stir Mobil Dalam Menarik Minat Konsumen.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan peneliti itu dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Produk (*Product*) yang dilakukan oleh CV Bhakti Jaya Stir Mobil agar menarik minat konsumennya.
2. Untuk Mengetahui Harga (*Price*) yang dilakukan oleh CV Bhakti Jaya Stir Mobil agar menarik minat konsumennya.
3. Untuk Mengetahui Promosi (*Promotion*) yang dilakukan oleh CV Bhakti Jaya Stir Mobil agar mampu menjangkau target pasar sasaran.
4. Untuk Mengetahui Tempat (*Place*) yang dilakukan oleh CV Bhakti Jaya Stir Mobil agar produknya dinikmati oleh konsumen.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu bahan studi perbandingan selanjutnya dan akan menjadi pemikiran Ilmu Komunikasi dalam melengkapi kajian yang mengarah kepada strategi komunikasi Pemasaran.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dari hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengalaman dan wawasan operasional bisnis serta menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan sebagai referensi yang bermanfaat di masa mendatang.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan dan pemahaman serta memberikan informasi untuk penelitian selanjutnya dan seterusnya.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada perusahaan dalam menangani permasalahan dalam meningkatkan minat konsumen guna tercapainya tujuan dan kemajuan perusahaan.