BAB I
PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang

Transportasi merupakan salah satu sarana untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Salah satu bagian dari transportasi yaitu transportasi darat. Kendaraan bermotor merupakan sarana yang mutlak diperlukan dalam transportasi darat. Jumlah kendaraan bermotor (motor dan mobil) semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukan bahwa masyarakat semakin membutuhkan sarana transportasi darat seperti mobil dan motor dengan bertambahnya jumlah penduduk. Akhir-akhir ini jumlah mobil dan motor di kota Bandung semakin banyak. Hal tersebut terlihat dari kemacetan yang semakin meluas. Hal ini juga ditunjang oleh makin tingginya kebutuhan masyarakat akan kendaraan pribadi.

Dengan banyaknya mobil dan motor dari tahun ketahun, maka banyak peluang bisnis dengan jenis usaha seperti bengkel dan tempat-tempat pencucian mobil. Di kota Bandung sendiri sudah banyak yang membuka usaha bengkel dan pencucian mobil. Investasi dengan membentuk usaha jasa perawatan kendaraan merupakan investasi yang aman. Mengingat pasar yang tersedia sangat besar dan modal investasi yang tidak terlalu tinggi.

Dari beberapa usaha tersebut bersaing menyediakan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen seperti cuci luar mobil atau dalam mobil, cuci salju, cuci mesin, *wax body* dan lain-lain. Dengan hanya waktu beberapa menit konsumen sudah bisa mendapatkan layanan pencucian mobil sehingga sangat sesuai dengan kehidupan masyarakat sekarang yang sibuk dan tidak sempat untuk mencuci mobilnya sendiri.

Precision Car Wash adalah salah satu perusahaan yang menyediakan jasa pencucian mobil yang beralamat di jalan Asia Afrika No 158 Bandung. *Precision* adalah perusahaan *franchise* yang bergerak dibidang perawatan kendaraan. Tempat ini berada di lokasi yang berada di pusat kota, tetapi masih banyak masyarakat kota Bandung yang belum mengetahui apa itu *Precision* karena terlalu banyak bisnis pencucian di kota Bandung. Selain itu pada awal pembukaan,

Precision melakukan berbagai macam strategi promosi melalui media masa maupun elektronik. Tetapi mungkin tidak banyak orang yang mengingatnya karena tidak melakukannya dengan rutin.

Untuk mencuci mobil di tempat ini dibebaskan untuk semua jenis mobil, kecuali mobil-mobil besar seperti bus, truk, mobil angkutan umum, dan juga mobil *offroad*. Kebanyakan mobil yang datang adalah mobil-mobil pribadi dengan jenis yang bermacam-macam, dari yang paling mewah sampai yang standar.

Tidak setiap hari tempat ini ramai pengunjung. Biasanya hanya hari-hari tertentu saja yang sangat ramai dikunjungi, apabila sedang musim hujan atau saat menjelang dan sesudah *weekend*. Konsumen disini rata-rata pegawai kantoran yang memiliki mobil pribadi dan masyarakat penduduk sekitar yang berlokasi dekat dengan *Precision Car Wash.* Selain dekat, fasilitas yang ada cukup nyaman. Sangat cocok untuk konsumen pada saat ini. Konsumen berkendaraan mobil saat ini lebih banyak mencuci mobilnya di tempat pencucian karena kesibukannya yang tidak memiliki waktu untuk mencuci mobilnya sendiri dan menginginkan cara yang lebih praktis. Selain itu dengan harga terjangkau mobil bisa bersih dan nyaman kembali.

Dengan persaingan yang terus akan tumbuh, keberadaan *Precision* akan mengahadapi tantangan dari pesaing lainnya. Selain itu konsumen yang berkurang secara otomatis pemasukan yang didapat pasti akan terus berkurang. Oleh karena itu selain fasilitas yang ditingkatkan, diadakan strategi promosi yang tepat agar *Precision* tetap bertahan dan dapat dikenal oleh banyak orang juga pendapatanpun akan meningkat.

I.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, masalah-masalah yang teridentifikasi antara lain:

- Banyak pesaing yang membuat *Precision* kurang familiar oleh masyarakat.
- Tidak setiap hari tempat ini ramai dikunjungi, ramai hanya di hari-hari tertentu. Dikarenakan banyak orang yang belum mengetahuinya.

- Terjadinya persaingan karena banyaknya bermunculan usaha pencucian mobil di Bandung.
- Masyarakat kurang mengetahui fasilitas dan jasa apa saja yang di tawarkan oleh *Precision Car Wash*.
- Lokasi kurang terlihat oleh pengendara.

I.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang ingin disampaikan sebagai berikut:

- Bagaimana membuat *Precision Car Wash* agar lebih dikenal masyarakat dan *Precision* tetap bertahan karena semakin banyaknya tempat-tempat pencucian lain.

I.4 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka batasan masalahnya hanya difokuskan untuk mengenalkan dan mempromosikan *Precision Car Wash* kepada masyarakat khususnya di kota Bandung. Dan di sasarkan untuk kalangan menengah atas dengan batasan usia 20-50 tahun.

I.5 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan umum yang ingin di capai pada perancangan ini adalah:

- Agar masyarakat lebih mengenal apa itu *Precision Car Wash* dan dapat memanfaatkan jasa yang ditawarkan.
- Meningkatkan konsumen *Precision Car Wash*.
- Memudahkan konsumen untuk memperoleh informasi jasa pencucian mobil dan motor di *Precision Car Wash.*