

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia belakangan ini semakin lama semakin meningkat akan persaingan, perubahan dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan ketatnya persaingan, baik bertambah nya jumlah penduduk, dan semakin bertambahnya pesaing. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan keadaan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus di terapkan dalam perusahaan. Oleh sebab itu persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan (porter, 1993). Dimana pesaing dengan menggunakan pendekatan pasar adalah perusahaan-perusahaan yang memuaskan kebutuhan konsumen yang sama. Sehingga harus lebih cermat membaca serta mengantisipasi keadaan pasar sehingga dapat membuat produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan.

Tinjauan masa depan merupakan langkah yang tepat bagi perusahaan untuk mempertahankan perusahaan melalui perencanaan yang berfungsi sebagai petunjuk dalam aktifitas perusahaan. Untuk itu perlu adanya strategi pemasaran yang ditempuh perusahaan agar mencapai tujuan yang direncanakan, khususnya berkaitan dengan pengembangan perusahaan. Lingkungan yang dinamis dan selalu berubah-ubah memaksa pihak manajemen perusahaan untuk selalu berhati-hati untuk menciptakan strategi atau terobosan baru yang diharapkan dapat membantu perusahaan ke arah yang lebih baik.

Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan dalam pesaing. Hal ini akan sangat membantu dalam mengenali produknya, serta memanfaatkan peluang yang ada. Dimana strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri atau arena fundamental

persaingan berlangsung. Pemasaran di suatu perusahaan, selain bertindak dinamis juga harus selalu menerapkan prinsip-prinsip yang unggul dan perusahaan harus meningkatkan kebiasaan-kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku serta terus menerus melakukan inovasi.

Betawi Makmur merupakan sebuah *dealer* resmi. Selain menjadi *dealer* resmi. Betawi Makmur memberikan pelayanan lain seperti *showroom*, bengkel, *service* dan menyediakan suku cadang.

Berikut merupakan analisa yang dilakukan peneliti sebagai dasar penelitian “STRATEGI PEMASARAN *SHOWROOM* MOTOR DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT (Studi Pada Dealer Motor Betawi Makmur di pekayon)”.

Tabel 1.1 Table Penjualan Sepeda Motor Jabodetabek 2020.

Bulan	Lokal
Januari	462,984
Februari	545,741
Maret	561,739
April	123,782
Mei	21,851
Juni	167,992
Juli	292,205
Agustus	317,107
September	380,713
Oktober	317,83
November	237,035
Desember	231,637
Total	3,660,637

Sumber : <https://www.aisi.or.id/statistic/>

Tabel 1.2 Tabel bulanan Lokal

Bulan	Local	Domisili
Februari	545,741	Jawa Barat

Sumber : <https://www.aisi.or.id/statistic/>

Gambar : Pie Chart Diagram Total Penjualan Lokal Ekspor Tahun 2020

Sumber : <https://www.aisi.or.id/statistic/>

Dari data diatas penjualan produk lokal mengalami kenaikan sebesar 84% dibandingkan produk ekspor yang mengalami penurunan sebanyak 16%, dimana dilihat dari penjualan sepeda motor di Jabodetabek. Dalam data penjualan mengalami kenaikan dan penurunan, yang terjadi penurunan volume penjualan disebabkan karena adanya persaingan yang begitu ketat akibat muncul nya beberapa perusahaan yang menawarkan produk yang sama .

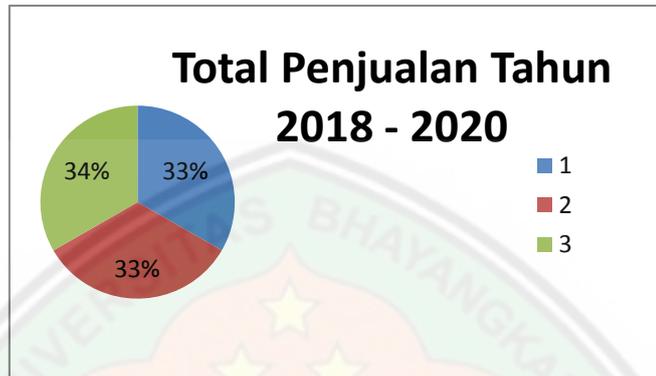
1. Menurunnya jumlah penjualan Betawi Makmur pada tahun 2019 hingga 2020, dapat dilihat di tabel berikut :

Tabel 1.3 Data Penjualan Showroom Motor Betawi Makmur

Data Penjualan Tahun 2019/ 2020				
No.	Bulan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
1	Januari	35 Unit	108 Unit	26 Unit
2	Febuari	35 Unit	75 Unit	21 Unit
3	Maret	30 Unit	43 Unit	15 Unit
4	April	23 Unit	17 Unit	34 Unit
5	Mei	26 Unit	20 Unit	24 Unit
6	Juni	25 Unit	38 Unit	57 Unit
7	Juli	36 Unit	18 Unit	10 Unit
8	Agustus	24 Unit	38 Unit	13 Unit

9	September	29 Unit	28 Unit	10 Unit
10	Oktober	35 Unit	50 Unit	19 Unit
11	November	18 Unit	33 Unit	16 Unit
12	Desember	9 Unit	36 Unit	12 Unit
	Total	325	504	257

Sumber : Pengelolah Data



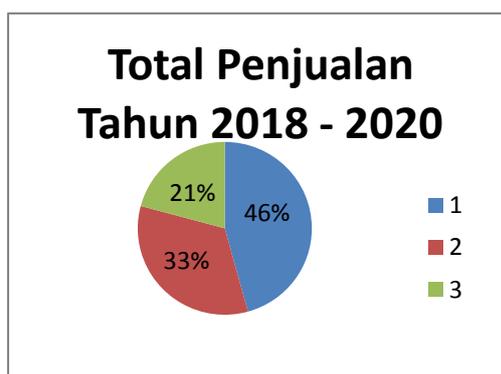
Gambar : Pie Chart Penjualan Tahun 2018 - 2020

Sumber : Pengelolahan Data

Tabel 1.4 Data Penjualan Tunggal Sakti

Data Penjualan Tahun 2019/ 2020				
No.	Bulan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
1	Januari	68 Unit	61 Unit	72 Unit
2	Febuari	146 Unit	52 Unit	25 Unit
3	Maret	60 Unit	107 Unit	98 Unit
4	April	64 Unit	62 Unit	55 Unit
5	Mei	101 Unit	53 Unit	35 Unit
6	Juni	72 Unit	55 Unit	60 Unit
7	Juli	127 Unit	85 Unit	53 Unit
8	Agustus	121 Unit	78 Unit	30 Unit
9	September	159 Unit	79 Unit	25 Unit
10	Oktober	104 Unit	119 Unit	45 Unit
11	November	105 Unit	79 Unit	32 Unit
12	Desember	95 Unit	65 Unit	27 Unit
	Total	1222	895	557

Sumber : Pengolahan Data



Gambar : Pie Chart Area Penjualan Tahun 2018 – 2020

Sumber : Pengolahan Data

Dari data diatas menunjukkan perbandingan antara *showroom* CV. Betawi Makmur dengan Tunggal Sakti yang sangat berbeda, dikarenakan CV. Betawi Makmur belum mempunyai strategi yang pas, untuk bisa bersaing dengan Tunggal Sakti dan kurangnya memanfaatkan pangsa pasar secara maksimal.

Tabel 1.5 Data Penjualan

Bulan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Domisili
Desember	9 Unit	36 Unit	12 Unit	Surabaya
Januari	35 Unit	108 Unit	26 Unit	Cilacap
Juni	25 Unit	38 Unit	57 Unit	Jakarta
September	29 Unit	28 Unit	10 Unit	Bandung

Sumber : Pengelola Data

Penurunan sebanyak 436 unit ini juga dikarenakan pangsa pasar yang tidak dimanfaatkan secara maksimal pangsa pasar yang dimiliki di Betawi Makmur, hal ini dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 1.6 Ketersediaan Produk

Tabel Ketersediaan Produk			
Bulan	Honda	Yamaha	Suzuki
Januari	14	10	0
Febuari	12	6	1
Maret	5	6	0
April	14	10	7
Mei	16	3	2
Juni	25	22	3

Juli	2	5	1
Agustus	3	5	3
September	5	1	2
Oktober	10	3	3
November	4	4	2
Desember	8	2	1
Total Penjualan	118	77	25
Total Pemesanan	185	145	120
gagal pesan	67	68	95

Sumber : Pengelola Data

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa, pada produk Betawi Makmur mengalami penurunan pada ketersediaan produk penjualan.

Tabel 1.7 Pangsa Pasar

Betawi Makmur	Tahun 2019	Tahun 2020
Pangsa Pasar	10%	10%
Realisasi target pasar	9%	8%

Sumber : Pengelola Data

Pangsa pasar Betawi Makmur di pengaruhi oleh jumlah status *dealer* resmi Honda yang terdaftar di kota Bekasi.

2. Data Pengeluaran

Tabel 1.8 Data Pengeluaran

No	Keterangan	Pengeluaran
	Saldo tahun 2020	17.000.000
1	Biaya Perawatan mesin Motor Tahun 2020	3.000.000.000
2	Gaji Karyawan Tahun 2020	2.000.000.000
3	Service Sepeda Motor Tahun 2020	1.600.000
4	Beli Bensin	125.000
5	Tagihan Listrik, air, dan internet	250.000
6	Pembelian Stok suku cadang	9.000.000
	Sisa	5.010.975.000

Sumber : Pengelola Data

Pada data tersebut, pengeluaran sebanyak Rp. 17.000.000 dan di alokasikan ke beberapa kebutuhan yang ada pada *showroom*, saat ini kondisi keuangan masih sangat baik apabila tersedia saldo akhir yang cukup besar,

pemilik bisa menggunakan dana tersebut untuk berbagai pilihan yang dapat di sesuaikan.

Data rincian merk sepeda motor CV. Betawi Makmur di tahun 2019-2020

Tabel 1.9 Data Rincian Penjualan Sepeda Motor

DATA PENJUALAN SEPEDA MOTOR TAHUN 2018						
Bulan	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	Others	Total
Januari	17	9	4	0	5	35
Febuari	14	10	5	3	3	35
Maret	18	11	1	0	0	30
April	13	7	2	1	0	23
Mei	18	7	1	0	0	26
Juni	13	8	2	1	1	25
Juli	14	13	1	2	6	36
Agustus	15	6	1	1	1	24
September	22	3	2	2	0	29
Oktober	17	6	0	0	12	35
November	7	5	3	2	1	18
Desember	4	3	0	0	2	9
Total	172	88	22	12	31	325

Sumber : Pengelola Data

DATA PENJUALAN SEPEDA MOTOR TAHUN 2019						
	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	Others	Total
Januari	50	30	7	3	18	108
Febuari	25	34	4	4	8	75
Maret	30	6	4	2	1	43
April	7	5	2	1	2	17
Mei	9	6	3	1	1	20
Juni	17	6	3	4	8	38
Juli	10	5	3	0	0	18
Agustus	16	13	1	2	6	38
September	14	9	0	1	4	28
Oktober	32	10	4	1	3	50
November	10	8	7	5	3	33
Desember	17	7	0	0	12	36
Total	237	139	38	24	66	504

Sumber : Pengelola Data

Sumber : Pengelola Data

DATA PENJUALAN SEPEDA MOTOR TAHUN 2020						
	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	Others	Total
Januari	14	10	0	0	2	26
Febuari	12	6	1	1	1	21
Maret	5	6	0	3	1	15
April	14	10	7	3	0	34
Mei	16	3	2	1	2	24
Juni	25	22	3	3	4	57
Juli	2	5	1	1	1	10
Agustus	3	5	3	2	0	13
September	5	1	2	0	2	10
Oktober	10	3	3	3	0	19
November	4	4	2	2	4	16
Desember	8	2	1	0	1	12
Total	118	77	25	19	18	257

Dari data diatas penjualan pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 80% dibandingkan pada tahun 2020 yang mengalami penurunan sebanyak 20%, dari penjualan sepeda motor di Betawi Makmur maka penurunan sebanyak 60%. Dimana dalam data penjualan mengalami peningkatan dan penurunan, yang terjadi penurunan volume penjualan disebabkan karena adanya persaingan yang begitu ketat akibat munculnya beberapa perusahaan yang menawarkan produk yang serupa.

Dalam hal ini penelitian dapat melakukan perbandingan peningkatan atau penurunan penjual sepeda motor di Indonesia dengan penjualan sepeda motor Betawi Makmur, untuk mengetahui apakah Betawi Makmur secara relatif berada diatas atau dibawah pertumbuhan rata-rata pasar sepeda motor di Jabodetabek, dengan membandingkan penjualan sepeda motor Tunggal Sakti dengan Betawi Makmur.

Dapat dilihat diatas bahwa perbandingan penjualan Betawi Makmur dengan Tunggal Sakti di Bekasi masih berada dibawah pertumbuhan pemasaran sepeda motor di Bekasi.

Berdasarkan data serta keadaan diatas dapat diketahui bahwa CV. Betawi Makmur sepeda motor menghadapi kondisi persaingan yang sangat ketat, untuk

itu diperlukan suatu penelitian, sehingga CV. Betawi Makmur mengetahui strategi pemasaran bersaing yang unggul dalam kebijakan perusahaan yang tepat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas dapat disimpulkan identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Penurunan volume penjualan karena adanya persaingan yang begitu ketat akibat munculnya beberapa pesaing dengan menawarkan produk yang sama.
2. Belum adanya strategi pemasaran yang jelas, yang dapat mempengaruhi *showroom* motor.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh faktor-faktor internal dan eksternal terhadap perusahaan ?
2. Bagaimana menentukan strategi pemasaran berdaya saing Betawi Makmur dengan analisis SWOT ?

1.4 Batasan Masalah

Dalam penyusunan penulis hanya akan membahas :

1. Tempat Objek yang akan diteliti hanya showroom motor
2. Analisis SWOT di gunakan dalam strategi pemasaran

1.5 Tujuan Peneliti

Tujuan penulisan skripsi ini untuk menentukan keadaan perusahaan, sehingga dapat menentukan strategi pemasaran pada tahun berikutnya, sehingga dapat meningkatkan penjualan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor Internal dan Eksternal yang meliputi *Strengths*, dan *Weakness* di dalam *showroom* motor.

2. Untuk mengetahui strategi apakah yang dapat dihasilkan dengan adanya penggunaan analisis SWOT yang dapat digunakan dalam upaya meningkatkan penjualan produk di *showroom*.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu :

1. Untuk Penulis
Dapat menambah pemahaman mengenai hal-hal yang berhubungan dengan strategi pemasaran dan serta faktor-faktor lingkungan *eksternal* dan *internal* untuk meningkatkan persaingan dalam dunia industri.
2. Untuk Perusahaan
Untuk mendapatkan pengetahuan lingkungan yang mempengaruhi faktor *eksternal* dan *internal* dalam pemasaran serta mendapatkan pengetahuan strategi bersaing.
3. Untuk Universitas
Sebagai tambahan referensi bagi pembaca dan acuan perbandingan dalam melakukan penelitian dibidang yang sama pada masa yang akan datang.

1.7 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Showroom Betawi Makmur yang bergerak di bidang otomotif, waktu penelitian mulai dari Oktober 2020 sampai Desember 2020.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data-data yang akan diperlukan dalam laporan skripsi ini, maka dari itu penulis lakukan adalah sebagai berikut :

1. Metode Observasi
Dengan metode ini penulis melakukan pengamatan secara sistematis terhadap masalah yang akan di teliti, tanpa mengajukan

pertanyaan-pertanyaan, melihat dan mengamati cara kerja karyawan dan lain-lain.

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab kepada karyawan yang bersangkutan untuk mengetahui informasi yang di inginkan, contohnya tanya jawab *job desk* kepada karyawan.

3. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab dan mendapatkan data tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi oleh usaha Betawi Makmur.

1.9 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memberikan gambaran tentang isi skripsi ini, maka penulis membuat sistematika penulisan yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, waktu dan tempat, teknik pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini mengemukakan tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini merupakan penjelasan secara garis besar tentang metode penelitian yang di pakai oleh penulis serta kerangka dalam memecahkan masalah.

BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang perhitungan data yang sudah didapatkan, sehingga dapat memuat hasil yang nantinya akan menjelaskan tujuan penelitian.

BAB V: PENUTUP

Pada bagian bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang sudah diambil dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, analisis data yang dapat dibuat berdasarkan penelitian yang telah selesai

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berupa sumber-sumber referensi penulis dalam melakukan penelitian dan tentunya sumber-sumber ini harus valid dan sesuai dengan tema penelitian.

