

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu memaparkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, asumsi penelitian dan sistematika penelitian yang akan dijabarkan sebagai berikut.

1.1 Latar Belakang

Saat ini industri otomotif sedang berkembang pesat, terutama di kota-kota besar. Industri otomotif juga memiliki tren perkembangan yang positif dalam penjualan di Indonesia. Kebutuhan akan transportasi yang semakin meningkat membuka peluang bagi perusahaan mobil roda empat yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat sebagai sarana transportasi sehari-hari yang lebih efisien dan dinamis. Hingga saat ini telah banyak bermunculan merek-merek mobil dengan berbagai desain, model, pilihan kualitas dan harga yang kompetitif. Berdasarkan wawancara dengan pemilik *showroom* Berkah Mahesa Motor pak Heru “mayoritas pasar mobil di Indonesia dikuasai oleh mobil serba guna seperti mobil penumpang (Honda Jazz, Honda Brio, Yaris, Avanza, Honda Vioz) dan mobil *pick up*. Di sisi lain, konsumen tidak selalu ingin membeli mobil baru. Hal ini terjadi karena beberapa alasan, salah satunya adalah harga mobil bekas jauh lebih murah dibandingkan harga mobil baru”. Oleh karena itu, dapat dikatakan persaingan antar dealer mobil di Jombang juga cukup ketat.

Intensifikasi persaingan bisnis selalu menuntut pemilik bisnis untuk memiliki strategi agar suatu usaha dapat bertahan dan berkembang dalam situasi yang sedang dihadapi. Jenis persaingan ini memaksa setiap badan usaha untuk memunculkan ide-ide inovatif yang berbeda untuk dapat memenangkan persaingan, terutama bagi perusahaan yang beroperasi di industri yang sama. Dalam persaingan ini, menjalankan bisnis membutuhkan strategi yang baik untuk membantu pengusaha mengantisipasi dampak dari peristiwa yang dihadapi dan mampu bersaing (Widiyarini, 2019).

Berkah Mahesa Motor merupakan sebuah usaha dagang menengah yang bergerak dibidang penjualan otomotif yaitu jual beli dan tukar tambah mobil bekas

cash/kredit. Berkah Mahesa Motor ini terletak di Jl. Yos Sudarso No. 09 Denanyar (depan rumah sakit nurwahid denanyar-jombang), *showroom* Berkah Mahesa Motor berdiri pada tahun 2019. Usaha ini didirikan oleh bapak Heru Zulianto dan bapak Arif Fithri Hijriyana. Harga mobil bekas di *showroom* Berkah Mahesa Motor berkisar antara 60jt-350jt tergantung jenis mobil, *type* dan tahun kendaraan.



Gambar 1.1 Logo showroom Berkah Mahesa Motor

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha *showroom* yaitu bpk. Heru zulianto yang telah dilakukan di *showroom* Berkah Mahesa Motor terdapat beberapa masalah yang ditemukan. Permasalahan utama yang dihadapi yaitu tingkat penjualan unit mobil mengalami penurunan yang cukup signifikan di tahun ini. Salah satu penyebabnya adalah munculnya pesaing baru atau munculnya *showroom* jual beli mobil bekas serupa yang ada di Jombang terutama *showroom* yang memiliki target pasar yang sama dan jenis unit kendaraannya sama, kemudian promosi penjualan atau pemasaran dilakukan kurang maksimal atau kurang mengikuti perkembangan zaman. Promosi pemasaran Berkah Mahesa Motor dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *online* dan *offline*, pemasaran *offline* dilakukan melalui penjualan di *showroom* mobil bekas Berkah Mahesa Motor, kemudian penjualan secara *online* hanya melalui *facebook* personal dari para sales. Dengan adanya permasalahan tersebut dan untuk menghadapi persaingan maka perlu dilakukan strategi pemasaran yang tepat untuk Berkah Mahesa Motor untuk tetap bisa bertahan dan tetap bisa mendapatkan keuntungan dari usaha jual beli mobil bekas yang dijalankan. Berikut adalah data penjualan di *showroom* Berkah Mahesa Motor dari bulan Februari 2022- Maret 2023:



Gambar1.2 Grafik penjualan bulan Februari 2022- Maret 2023

(Sumber: Data Penjualan Berkah Mahesa Motor)

Dapat dilihat pada gambar 1.2 bahwa penjualan unit mobil bekas dari bulan Februari 2022- Maret 2023 tidak stabil dan pada bulan-bulan terakhir ini mengalami penurunan yang cukup signifikan yang berdampak bagi kesejahteraan karyawan yang bekerja di *showroom* Berkah Mahesa Motor.

Permasalahan yang dihadapi oleh *showroom* Berkah Mahesa Motor juga pernah terjadi pada perusahaan atau usaha sejenis yang ada di Indonesia dan pernah juga dipecahkan masalahnya menggunakan pendekatan marketing mix 4P dan analisis SWOT. Salah satu contohnya yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Amanada (2023), pada *Showroom* Mobil Bekas Di UD. Aldo Motor Kec. Waru Sidoarjo. Permasalahan yang dihadapi oleh UD. Aldo Motor yaitu kurangnya pengetahuan dan pemahaman terhadap bisnis yang sedang dijaankan sehingga tidak dapat memenuhi target pendapatan suatu usaha, dengan permasalahan tersebut peneliti bertujuan untuk menganalisa menggunakan metode penelitian kualitatif deskripsi dengan pengambilan data menggunakan cara wawancara, observasi, dan dilakukan pula kajian data guna memperkuat data yang dibutuhkan dan penelitian ini menggunakan teori SWOT. Penelitian lainnya juga pernah dilakukan oleh Ferdinand (2023), pada *Showroom* Mobil Bekas Auto One. Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran penjualan mobil bekas di era pandemi covid-19 dan dampak yang dialami pelaku usaha mobil bekas selama masa pandemic. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif dengan metode

pengumpulan data berupa wawancara dengan owner, observasi langsung dilapangan, dokumentasi, dan pembagian kuisioner yang nantinya hasil dari setiap poin kuisioner di jabarkan melalui pendeskripsian. Contoh lainnya yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Rudi, dkk (2022) pada *Brand Awareness* dan *Brand Image* Produk Mobil BEV (*Battery Vehicle*). Penelitian tersebut bertujuan untuk melakukan riset pasar dan konsumen terkait otomotif dan mobil listrik, analisis yang digunakan salah satunya yaitu adalah dengan menggunakan analisis bauran pemasaran 4P *Product, Price, Place, Promotion*).

Manajemen strategi dapat dilakukan dengan cara melakukan observasi lingkungan internal dan eksternal dalam badan usaha. Salah satu cara atau metode yang dapat digunakan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal adalah dengan menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu metode untuk melakukan identifikasi berbagai faktor secara sistematis yang bertujuan untuk merumuskan strategi suatu badan usaha. Analisis SWOT dibagi menjadi dua lingkup yaitu lingkungan Internal *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) serta lingkungan eksternal *Opportunities* (peluang) dan (ancaman) *Threats* (Mashuri, 2020). Menurut Nabilla (2021), Selain menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis strategi pemasaran secara tepat perlu adanya pendekatan bauran pemasaran untuk menambah analisa secara internal dan eksternal yaitu dengan pendekatan pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yang digunakan sebagai acuan dasar dalam pengambilan data untuk pembuatan matiks SWOT. Dilanjutkan dengan penentuan alternatif strategi prioritas Berkah Mahesa Motor yaitu dengan menggunakan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planing Matrix*). Analisis QSPM merupakan alat analisis untuk mengambil keputusan untuk mendapatkan daftar alternatif strategi prioritas yang akan diterapkan dan matriks SWOT yang akan digunakan untuk masukan analisis QSPM (Widiarini, 2019). Dengan demikian, penelitian mengenai **“Perancangan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Mobil Bekas Menggunakan Pendekatan Metode Swot Dan Qspm pada showroom Berkah Mahesa Motor”** perlu untuk di lakukan untuk mendapatkan strategi yang tepat untuk diimplementasikan oleh *showroom* Berkah Mahesa Motor.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian adalah bagaimana menyusun strategi pemasaran dengan pendekatan Metode SWOT dan QSPM pada Berkah Mahesa Motor?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menentukan faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran di *showroom* Berkah Mahesa Motor.
2. Menetapkan strategi pemasaran yang sesuai atau terbaik untuk *showroom* Berkah Mahesa Motor menggunakan pendekatan metode matriks SWOT dan matriks QSPM.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat penelitian secara teoritis
 Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang positif terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang perancangan strategi pemasaran dan diharapkan bisa menjadi salah satu referensi bagi peneliti maupun pembaca sehingga dapat memahami penerapan analisis SWOT dan QSPM dalam penyusunan suatu strategi pemasaran.
2. Manfaat penelitian secara praktis
 Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan atau saran masukan serta menjadi salah satu referensi bagi individu dan perusahaan yang terkait dalam merumuskan strategi pemasaran yang dibutuhkan demi kemajuan usahanya.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam sebuah penelitian, dibutuhkan ruang lingkup atau batasan yang jelas agar penelitian atau pembahasan yang akan dilakukan lebih terarah. Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Data penjualan yang diambil adalah data unit yang terjual pada bulan januari 2022 sampai maret 2023 oleh *showroom* Berkah Mahesa Motor.

2. Penelitian dilakukan tanpa menghitung biaya yang dikeluarkan oleh Berkah Mahesa Motor pada setiap unit yang dijual, maka penelitian ini hanya memberikan usulan tentang strategi-strategi pemasaran.

1.6 Asumsi Penelitian

Asumsi pada penelitian ini yaitu tidak terjadi banyak perubahan yang dilakukan oleh perusahaan dari segi strategi pemasaran yang dilakukan selama penelitian.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan gambaran umum masalah penelitian yang akan dilakukan, dimana terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan batasan masalah.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan teori yang relevan dengan penelitian skripsi.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memaparkan tahapan prosedur penelitian yang dimulai dari pengambilan data hingga pengolahan data.

BAB IV: PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjabarkan mengenai pengolahan data dan interpretasi analisa hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan kesimpulan dan saran untuk *showroom* Berkah Mahesa Motor.

DAFTAR PUSTAKA