

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti ini perkembangan transportasi semakin berkembang dengan pesat. Banyak sekali perkembangan teknologi baru yang bermunculan untuk mempermudah masyarakat dalam berkendara dan melakukan perjalanan agar lebih cepat. Di Indonesia terdapat berbagai pilihan mode transportasi seperti darat, laut dan udara yang digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Di darat mempunyai beberapa alat transportasi seperti mobil, motor, sepeda, kereta api. Di Indonesia juga mempunyai pesawat untuk mode transportasi udara dan kapal laut untuk mode transportasi laut. Salah satu mode transportasi darat yang paling diminati di Indonesia adalah kendaraan bermotor. Motor merupakan kendaraan roda dua yang sering digunakan di Indonesia.

Kendaraan bermotor sangat diminati di Indonesia karena motor merupakan salah satu kendaraan yang paling nyaman, dan harga kendaraan bermotor relatif lebih murah daripada kendaraan lain serta kendaraan bermotor lebih mudah digunakan ketika terjadi kemacetan. Karena banyaknya peminat sepeda motor ini di Indonesia mengakibatkan banyak sekali perusahaan bermunculan di bidang penjualan sepeda motor. Banyak sekali perusahaan yang bersaing dalam menawarkan produk

sepeda motor tersebut dengan berbagai kemudahan dan dengan berbagai penawaran yang menarik dari setiap perusahaan yang berbeda-beda. Di Indonesia ini ada beberapa pabrikan motor yang terkenal seperti honda, yamaha, suzuki, kawasaki dan masih banyak lagi. Perusahaan tersebut termasuk perusahaan yang besar di indonesia dan paling diminati oleh masyarakat Indonesia. Perusahaan-perusahaan ini saling bersaing untuk merebut pasar di Indonesia agar bisa menguasai pasar di Indonesia. Perusahaan penjual kendaraan bermotor sangat menyebar luas di seluruh Indonesia sampai ke kota-kota kecil di seluruh Indonesia termasuk di Kota Blitar ini.

Di kota Blitar ada beberapa dealer penjual sepeda motor dari berbagai merek sepeda motor dan beberapa jenis sepeda motor. Salah satu dealer yang terkenal di Blitar adalah dealer Yamaha Mataram Sakti Motor. Karena banyaknya dealer sepeda motor di Blitar ini mengakibatkan dealer-dealer tersebut saling berkompetisi dan bersaing untuk memperebutkan pasar di Kota Blitar ini. Perusahaan saling bersaing dari perusahaan merek motor sejenis dan dengan kompetitor lain. Semakin besarnya persaingan pada saat ini akan membuat perusahaan saling berlomba-lomba untuk mengatur strategi yang tepat untuk mencapai target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan. Untuk mencapai target penjualan perusahaan perlu menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam melakukan pemasaran untuk mencapai target penjualan. Dealer Yamaha Mataram Sakti motor ini mempunyai beberapa produk unggulan dari yamaha yang

terbaru. Produk yang ditawarkan seperti yamaha mio, yamaha jupiter, yamaha vega R dan masih banyak lainnya mulai dari motor matic sampai dengan motor yang masih manual. Karena dealer Yamaha Mataram Sakti ini bukan satu-satunya perusahaan yamaha yang menjual sepeda motor dan banyak sekali kompetitor lain hal ini membuat dealer yamaha mataram sakti ini mengalami penurunan omset penjualan. Selain kompetitor lain dan perusahaan sejenis yang ikut dalam persaingan pasar di Blitar ini yang menyebabkan menurunnya omset penjualan adalah kurang tepatnya strategi penjualan yang digunakan oleh dealer Yamaha Mataram Sakti Motor sehingga kurang mampu bersaing dengan perusahaan yang lain yang sejenis dengan kompetitor lain. Apabila hal ini terjadi terus-menerus maka akan mempengaruhi omset penjualan perusahaan. Untuk itu perusahaan harus menentukan strategi penjualan yang tepat. Strategi pemasaran merupakan permasalahan umum perusahaan untuk menjual produknya.

Strategi pemasaran yang dibutuhkan adalah strategi pemasaran yang dirancang sesuai dengan pemikiran yang rasional dan sesuai dengan pokok permasalahan yang telah dihadapi perusahaan dalam pemasaran produknya. Strategi ini juga harus dirancang berdasarkan hasil analisis internal dan lingkungan eksternal yang tepat dengan bantuan dari strategi pemasaran. Analisa ini bisa menempatkan fungsi juga kondisi sebagai faktor masukan lalu kemudian dikelompokkan sesuai dengan kontribusi mereka masing-masing. Analisa yang dibutuhkan adalah analisa diskriptif

yang menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan secara nyata. Strategi pemasaran yang tepat pada perusahaan akan mempengaruhi kepada penjualan perusahaan dimana apabila strategi pemasaran yang digunakan adalah strategi yang tepat dan analisa faktor internal dan eksternal perusahaan yang tepat yang digunakan maka akan mampu menaikkan omset penjualan dengan sendirinya sehingga laba perusahaan akan meningkat dengan maksimal. Untuk itu peneliti dalam penelitian ini mengambil judul penelitian “ANALISIS FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA DEALER YAMAHA MATARAM SAKTI MOTOR BLITAR”.

B. Permasalahan

Permasalahan yang dihadapi oleh dealer Yamaha Mataram Sakti Motor Blitar adalah menurunnya omset penjualan. penurunan omset penjualan dealer Yamaha Mataram Sakti Motor Blitar telah mencapai 29% atau 20 unit pertahun dari tahun yang lalu. Pada tahun 2014 penjualan pada dealer Yamaha Mataram Sakti bisa mencapai 70 unit perbulan, tetapi pada awal tahun 2015 sampai saat ini omset menjadi menurun sampai 50 unit pertahun. Penurunan penjualan perusahaan ini disebabkan oleh strategi pemasaran perusahaan yang kurang tepat dan kurang efisiennya perusahaan dalam melakukan sistem pemasaran produk. Dalam melakukan pemasaran perusahaan ini sering mengalami kendala dalam melakukan penjualan. Kendala yang dihadapi oleh perusahaan ini adalah karyawan perusahaan di bagian pemasaran tidak menetap. Hal ini menjadikan

karyawan pada bagian penjualan selalu berganti-ganti untuk memenuhi kebutuhan karyawan dan memenuhi target penjualan. Akibatnya perusahaan mempekerjakan karyawan baru dan memberi pelatihan terhadap karyawan baru sehingga menggunakan karyawan baru yang belum berpengalaman dan kurang jam terbang untuk melakukan penjualan. Hal ini menyebabkan penjualan pada perusahaan tidak maksimal karena karyawan yang ada di perusahaan belum berpengalaman dalam melakukan strategi penjualan. Dalam menentukan strategi penjualan perusahaan ini juga belum bisa menilai dari berbagai faktor internal dan eksternal lingkungan perusahaan dalam melakukan strategi yang tepat untuk melakukan penjualan. Sehingga menyebabkan perusahaan mengalami penurunan penjualan setiap tahunnya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yang telah dirumuskan dalam penelitian ini adalah “bagaimana pengaruh faktor internal dan eksternal lingkungan perusahaan dalam meningkatkan penjualan pada Yamaha Mataram Sakti Motor Blitar “?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan peneliti yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal lingkungan perusahaan dalam meningkatkan penjualan pada Yamaha Mataram Sakti Motor Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi peneliti serta dapat digunakan sebagai sarana pengembangan diri dan pengembangan konsep bagi peneliti mengenai faktor internal dan faktor eksternal perusahaan dalam meningkatkan penjualan perusahaan.
- b. Penelitian juga dapat digunakan untuk menambah pengetahuan peneliti tentang bagaimana strategi pemasaran yang tepat digunakan untuk meningkatkan penjualan.

2. Bagi Dealer Yamaha Mataram Sakti Motor Blitar

- a. Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dan masukan serta bahan evaluasi untuk mengatasi permasalahan penurunan omset penjualan yang terjadi pada dealer Yamaha Mataram Sakti Motor Blitar.
- b. Penelitian ini juga bermanfaat sebagai referensi dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal perusahaan untuk meningkatkan penjualan pada dealer Yamaha Mataram Sakti Motor Blitar.

3. Bagi STIE KESUMA NEGARA BLITAR

- a. Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya OLEH mahasiswa dan mahasiswi STIE KESUMA NEGARA BLITAR.
- b. Penelitian ini juga bermanfaat sebagai tolok ukur dan bahan evaluasi apakah keilmuan Di STIE KESUMA NEGARA BLITAR dapat teraplikasi dengan baik di dunia usaha secara nyata.