

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasca pandemi covid 19 daya beli konsumen dalam kondisi yang rendah. Rendahnya daya beli disebabkan dari lemahnya kondisi perekonomian pasca pandemi covid 19. Pendapatan masyarakat kini dalam kondisi yang menurun. Salah satu penyebab penurunan pendapatan adalah terjadinya pemutusan hubungan kerja (PHK) besar-besaran yang dilakukan beberapa perusahaan dalam menekan beban biaya tenaga kerja untuk menghindari kebangkrutan. Penurunan pendapatan terjadi pada mereka yang kehilangan pekerjaan, bahkan bagi mereka yang hanya memiliki satu sumber mata pencaharian akan menjadi pengangguran. Pendapatan dan daya beli memiliki keterkaitan terhadap capaian penjualan. Menurunnya pendapatan dan daya beli akan juga menurunkan capaian penjualan. Konsumen pasca pandemi covid 19 memiliki pola perilaku yang berbeda dibandingkan sebelumnya. Menurunnya pendapatan konsumen membentuk pola perilaku yang lebih memperhatikan harga dan lebih teliti dalam menyeleksi kebutuhan. konsumen kini serba online dan lebih gemar bertransaksi menggunakan uang non-tunai karena dinilai lebih mudah dari pada melakukan pembayaran menggunakan uang tunai. Perusahaan dalam situasi dan kondisi pasca pandemi covid 19 harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan produknya.

Strategi pemasaran yang dipilih secara tepat oleh perusahaan dalam memasarkan produknya merupakan hal yang penting bagi keberhasilan pencapaian penjualan perusahaan. Strategi pemasaran menjadi pedoman perusahaan di setiap langkah dalam menjalankan kegiatan pemasaran produk, maka dalam menentukan strategi pemasaran perlu dilakukan analisis mengenai apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan di lingkungan internal serta apa saja yang menjadi peluang dan ancaman di lingkungan eksternal perusahaan.

Analisis SWOT penting untuk dijadikan dasar perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran karena setiap perusahaan didalamnya pasti memiliki kekuatan dan kelemahan masing-masing. Kekuatan perusahaan harus terus dimaksimalkan sedangkan kelemahan yang ada perlu diminimalkan oleh perusahaan. Tindakan untuk memaksimalkan apa yang menjadi kekuatan untuk mempersempit ruang kelemahan yang dimiliki pada suatu perusahaan merupakan hal yang harus terus di upayakan oleh setiap perusahaan. Kekuatan yang dimiliki perusahaan dapat dijadikan benteng pelindung perusahaan terhadap pesaing untuk meniru produk barang atau pelayanan maupun strategi perusahaan dalam memasarkannya. Perusahaan juga harus jeli dalam melihat kesempatan serta sigap mengambil peluang pasar yang ada. Sebelum mengambil keputusan perlu mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk mengambil peluang yang ada secara maksimal. Selain cermat dalam melihat peluang yang ada perusahaan perlu memperhatikan ancaman apa saja yang dapat mengganggu penjualan produk mereka.

Penjualan produk merupakan penukaran produk perusahaan dengan sejumlah uang dari konsumen. Uang yang diperoleh perusahaan akan dijadikan sumber modal untuk oprasional perusahaan. Setiap perusahaan pasti berlandaskan pada perolehan keuntungan yang sebesar-besarnya. Peningkatan penjualan akan meningkatkan jumlah modal yang dimiliki perusahaan. Modal yang semakin bertambah akan menjadi dasar perusahaan untuk terus berkembang mengikuti zaman dan tumbuh semakin besar. Penjualan dapat dikatakan sebagai salah satu pilar utama perusahaan dalam oprasional serta tujuan perusahaan untuk terus berkembang dan memperoleh keuntungan yang sebesar mungkin.

Dealer SIS Motor Srengat Blitar merupakan dealer resmi kendaraan sepeda motor merk Yamaha satu-satunya di kecamatan Srengat, Kabupaten Blitar yang berfokus pada 3 kegiatan utama yaitu menjual kendaraan sepeda motor, pengadaan sparepart original dan perawatan kendaraan sepeda motor merk Yamaha. Daler ini menawarkan 2 pilihan dalam penjualan sepeda motor Yamaha yaitu secara cash maupun kredit. Penjualan sepeda motor secara kredit di Dealer SIS Motor Srengat Blitar dilakukan melalui kerjasama dengan pihak bank pembiayaan (*leasing*). Selama pandemi Dealer SIS Motor Srengat Blitar harus menerapkan prosedur baru dalam menjalankan usahanya. Mematuhi regulasi pemerintah untuk upaya pencegahan penyebaran covid 19 seperti penyediaan peralatan untuk cuci tangan maupun *Hand Sanitizer*. Regulasi ini juga mengharuskan untuk menjaga jarak antar manusia hal ini berpengaruh pada kurang optimalnya fasilitas yang disediakan karena harus mengosongkan beberapa ruang fasilitas seperti tempat duduk ruang tunggu

yang berakibat pada berkurangnya jumlah konsumen yang dapat di terima oleh Dealer SIS Motor. Penutupan fasilitas umum oleh pemerintah seperti tempat wisata dan tempat belanja (*mall*) juga menurunkan kebutuhan masyarakat akan kendaraan sepeda motor sebagai penunjang aktivitas mereka. Regulasi yang mempersulit gerak masyarakat mendorong konsumen untuk memanfaatkan media internet dalam mengambil keputusan pembelian. Konsumen saat ini cenderung akan menelusuri terlebih dahulu barang maupun tempat yang hendak mereka pilih melalui media internet sebelum mengunjungi.

Permasalahan Dealer SIS Motor Srengat Blitar akibat dari kebutuhan masyarakat akan kendaraan sepeda motor sebagai penunjang aktivitas menurun pada saat pandemi covid 19. Pandemi telah mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli kendaraan sepeda motor. Penurunan minat pembelian selama pandemi ini tentu berdampak terhadap penurunan pencapaian jumlah penjualan Dealer SIS Motor Srengat Blitar yang merupakan perusahaan penjual sepeda motor merk Yamaha. Dampak pandemi tersebut dapat dilihat pada table data penjualan Dealer SIS Motor Srengat Blitar sebagai berikut :

Tabel 1.1

Data Penjualan Dealer SIS Motor Srengat Blitar Perbulan

Bulan	2019	2020	2021	2022	2023
Januari	15	41	16	15	26
Februari	15	30	21	19	25
Maret	28	33	22	22	21
April	24	13	16	24	13
Mei	47	7	25	14	21

Bulan	2019	2020	2021	2022	2023
Juni	17	19	25	13	20
Juli	24	17	10	13	22
Agustus	20	19	15	17	24
September	24	14	19	30	32
Oktober	25	22	15	19	24
November	27	26	14	20	32
Desember	28	32	14	31	32
Jumlah	294	273	212	237	292

Sumber : Dealer SIS Motor Srengat Blitar, 2023

Berdasarkan data pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan Dealer SIS Motor Srengat Blitar mengalami penurunan selama pandemi covid 19 mulai dari 2020 dan semakin turun pada 2021 akibat dari pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) yang berakibat pada penurunan kebutuhan masyarakat terhadap kendaraan sepeda motor sehingga berdampak pada penurunan penjualan Dealer SIS Motor. Pada tahun berikutnya yaitu 2022-2023 jumlah penjualan sudah mulai meningkat namun masih berada di bawah pencapaian pada 2019. Penting bagi Dealer SIS Motor Srengat Blitar menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualannya untuk menutup kerugian yang timbul dari penurunan penjualan selama pandemi.

Berdasarkan latar belakang masalah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berfokus pada upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan penjualan melalui penerapan strategi pemasaran pada pasca pandemi seperti saat ini dengan penelitian yang berjudul “Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Dealer SIS Motor Srengat Blitar”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan tadi maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

Bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan pada Dealer SIS Motor Srengat Blitar ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan pada Dealer SIS Motor Srengat Blitar.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak yaitu :

1. Bagi Dealer SIS Motor Srengat Blitar

Di harapkan dapat memberi masukan yang berguna bagi perusahaan yang di jadikan tempat penelitian yaitu Dealer SIS Motor Srengat Blitar terkhusus kepada pihak pemasaran dalam perusahaan guna meningkatkan penjualannya.

2. Bagi STIE Kesuma Negara Blitar

Diharapkan untuk dapat menambah keragaman daftar pustaka STIE Kesuma Negara Blitar. Menambah bahan bacaan tentang ilmu manajemen khususnya dalam hal strategi pemasaran.

3. Kegunaan bagi penulis

Di harapkan dapat menjadi media dalam memperdalam ilmu tentang manajemen dan penerapannya pada situasi yang sesungguhnya.