

BAB I

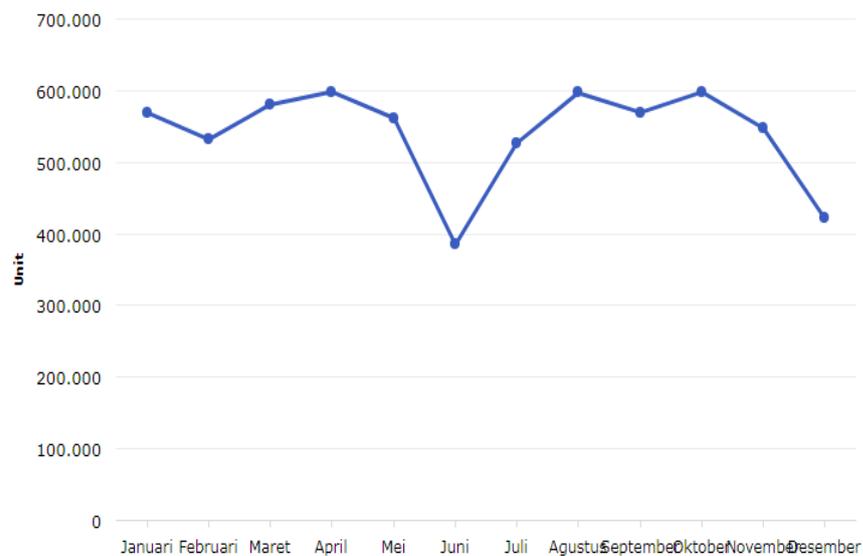
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi *Covid-19* menyebabkan kecemasan di seluruh lapisan masyarakat di dunia termasuk Indonesia. Pemerintah pertama kali mengumumkan masuknya *Covid-19* pada awal maret 2020 dikarenakan adanya warga negara Indonesia berjumlah dua orang terindikasi positif virus *Covid-19*. Virus *Covid-19* sangat berbahaya karena proses penularan yang cepat. Dilaporkan Centers for Disease Control and Prevention (CDC) jika penularan virus ini dapat melalui medium cairan tubuh manusia, seperti ludah atau ingus. Jika cairan tubuh tersebut terciprat atau tertempel pada suatu objek maka dapat menularkan virus tersebut. Bahaya virus *Covid-19* karena proses penyebarannya yang sangat cepat mengakibatkan semua aktivitas harus dilakukan dengan menerapkan *physical distancing* dan *sosial distancing* sesuai dengan anjuran pemerintah untuk selalu menjaga protokol kesehatan demi keselamatan bersama. *Physical distancing* atau *sosial distancing* adalah upaya untuk menjaga jarak sosial sehingga dengan kondisi menjaga jarak dihimbau untuk melakukan ibadah, kerja, dan belajar dari rumah (Nurhalimah, 2020).

Dengan situasi dan kondisi pandemi ini pemerintah berusaha untuk menangani penyebaran virus *Covid-19* yang terus meningkat dengan cara melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2020. PSBB mengatur mengenai pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Pembatasan ini dilakukan secara bertahap di wilayah-wilayah yang ada di Indonesia yang terindikasi adanya penyebaran virus *Covid-19*. Diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar menjadi suatu tantangan untuk masyarakat karena dengan adanya kebijakan tersebut kegiatan dibatasi tidak dapat sepenuhnya berjalan secara normal. Sedangkan kebutuhan untuk hidup harus tetap dipenuhi.

Pandemi *Covid-19* bukan hanya berdampak pada kegiatan sehari-hari, namun berdampak juga pada kegiatan bisnis. Salah satu bisnis yang terkena dampak dari pandemi *Covid-19* adalah pasar otomotif, khususnya penjualan motor. Penjualan motor secara domestik mengalami penurunan saat pandemi mulai menyebar ke Indonesia.



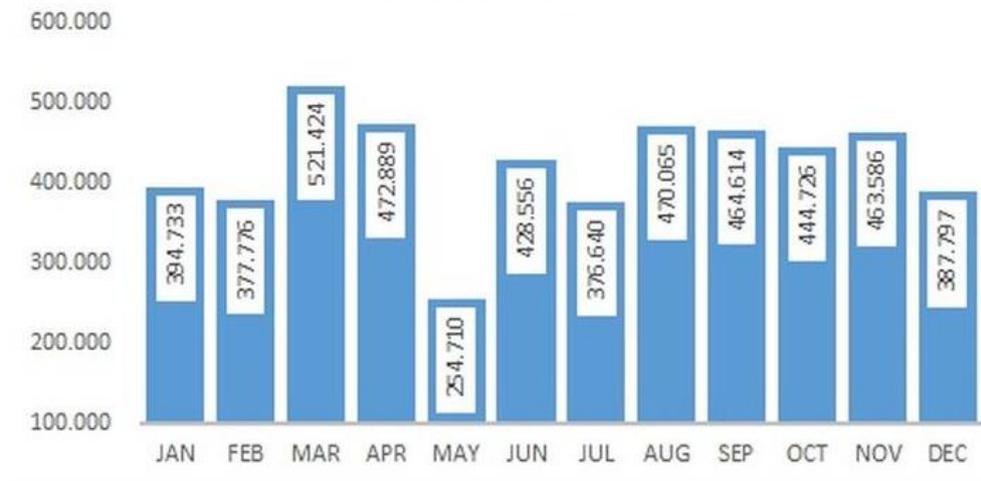
Gambar 1.1 Penjualan Motor Tahun 2019

Sumber: Databooks, 2022



Gambar 1.2 Penjualan Motor Tahun 2020

Sumber: Databooks, 2022



Gambar 1.3 Penjualan Motor Tahun 2021

Sumber: Databooks, 2022

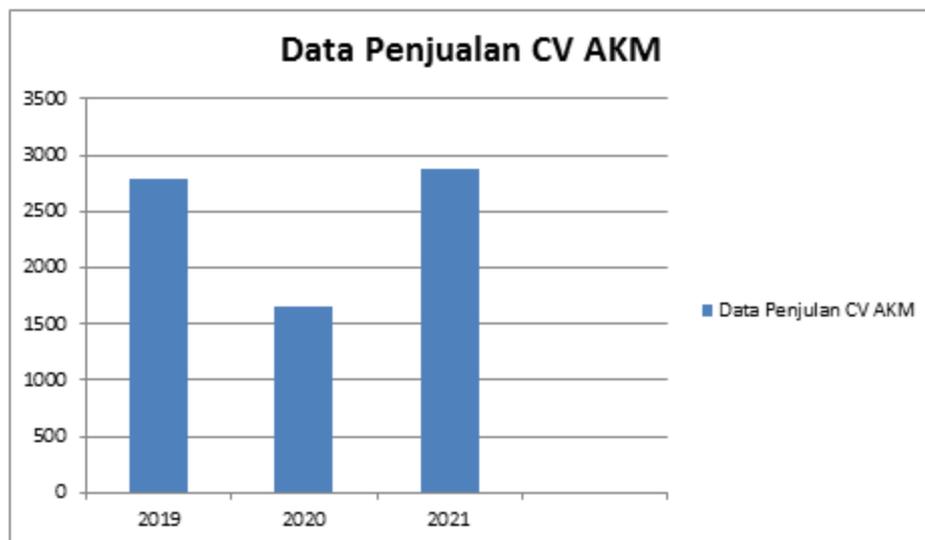
Gambar 1.1 menunjukkan data penjualan motor selama tahun 2019, sebelum pandemi covid-19 menyebar ke Indonesia. Jika dirinci perbulan titik tertinggi penjualan motor secara domestik terjadi pada bulan april,agustus, dan oktober yang hampir mencapai penjualan sebanyak 600.000 unit. Namun pada Gambar 1.2 yaitu data penjualan pada tahun 2020 sejak pandemi mulai menyebar ke Indonesia penjualan motor secara domestik mengalami proyeksi penurunan mencapai 45% dibandingkan penjualan tahun 2019. Ditahun 2021 pasar sudah cukup membaik sehingga penjualan mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya, Dilansir dari kompas.com penjualan sepeda motor tahun 2021 naik sebanyak 38% Selama 12 bulan dari Januari-Desember 2021, penjualan terbesar diraih pada bulan Maret dengan capaian 521.424 unit. Kemudian disusul pada April yakni sebesar 472.889 unit.

Menaiknya angka penjualan selama pandemi tersebut tidak lain merupakan usaha dari suatu perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang penjualan motor , Agar penjualan produk perusahaan tetap mengalami peningkatan maka diperlukan strategi pemasaran yang cukup baik .

Strategi Pemasaran adalah suatu rencana yang menggambarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai kegiatan pemasaran atau rencana terhadap

permintaan produk di sasaran pasar tertentu (Tjiptono, dalam Angela, 2021). Perusahaan dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan. Strategi pemasaran yang diterapkan dalam suatu perusahaan adalah indikator keberhasilan perusahaan.

CV Anugerah Kencana Motor Palembang merupakan perusahaan swasta yang bergerak dibidang penjualan motor honda yang beralamatkan di jalan mayor salim batubara No. 74-76 Kemuning Palembang Sumatera Selatan. CV Anugerah Kencana Motor Palembang ini salah satu perusahaan yang juga terkena dampak dari pandemi *Covid-19*. Penjualan motor pada CV Anugerah Kencana Motor Palembang sempat mengalami penurunan. Adapun data penjualan motor honda dari tahun 2019 sebelum masa pandemi sampai dengan tahun 2021 sebagai berikut:



Gambar 1.3 Penjualan Motor CV AKM Palembang

Sumber: CV AKM Palembang, 2022

Berdasarkan data penjualan yang diperoleh dari CV Anugerah Kencana Motor Palembang, pada tahun 2019 sebelum pandemi *Covid-19* CV Anugerah Kencana Motor Palembang mampu menjual motor honda sebanyak 2.788 Unit pertahunnya. Namun pada tahun 2020 disaat pandemi *Covid-19* mulai menyebar

ke negara Indonesia CV Anugerah Kencana Motor mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis yaitu dari yang mampu menjual motor sebanyak 2.788 unit hanya mampu menjual 1.648 unit motor honda di tahun 2020. Penjualan yang setiap bulannya mampu menjual ratusan unit motor honda, disaat pandemi CV Anugerah Kencana Motor hanya mampu menjual puluhan motor setiap bulannya. Hal tersebut tentunya mengharuskan CV Anugerah Kencana Motor untuk memutar strategi pemasaran agar dapat meningkatkan volume penjualan sehingga perusahaan mampu bertahan dan tidak mengalami kebangkrutan. Pada tahun 2021 penjualan motor CV Anugerah Kencana Motor kembali mengalami peningkatan hampir 50% dibandingkan tahun 2020 disaat pandemi mulai menyebar ke wilayah Indonesia. Peningkatan penjualan yang signifikan tersebut merupakan hasil dari upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “UPAYA DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MOTOR HONDA DI MASA PANDEMI PADA CV ANUGERAH KENCANA MOTOR PALEMBANG”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang akan dibahas dalam penelitian di CV Anugerah Kencana Motor Palembang yaitu upaya-upaya apa saja yang dilakukan oleh CV Anugerah Kencana Motor Palembang dalam meningkatkan volume penjualan motor honda di masa pandemi.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mempermudah dan membuat laporan akhir ini terarah dan tidak menyimpang dari perumusan masalah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan. Adapun ruang lingkup yang akan dibahas penulis adalah Upaya Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Motor Honda di Masa Pandemi pada CV Anugerah Kencana Motor Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya-upaya apa saja yang dilakukan CV Anugerah Kencana Motor Palembang dalam meningkatkan volume penjualan di masa pandemi.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Untuk lebih meningkatkan kemampuan mahasiswa/i dalam melakukan penelitian terhadap masalah yang ditemui dan dapat menerapkan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan praktek yang sesungguhnya.
2. Sebagai referensi dan informasi tambahan mahasiswa/i dalam melakukan penelitian dalam bidang yang serupa.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada CV Anugerah Kencana Motor Palembang bertempat di Jalan Mayor Salim Batubara No 74-76 Sekip Jaya Kemuning Palembang Sumatera Selatan dan objek yang diteliti adalah bidang Pemasaran mengenai bagaimana upaya yang dilakukan cv anugerah kencana motor dalam meningkatkan volume penjualan motor honda di masa pandemi covid-19 pada saat ini.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan Sumber data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini yang digunakan yaitu:

- a. Jenis data

Jenis data ada 2 yaitu Kualitatif dan Kuantitatif menurut Yusi dan Idris (2016)

1. Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik.

2. Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka).

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan jenis data kualitatif karena data yang diperlukan tidak dapat diukur dalam skala numerik, hanya untuk mengetahui bagaimana upaya-upaya yang dilakukan CV Anugerah Kencana Motor Palembang dalam meningkatkan volume penjualan motor honda di masa pandemi.

Sumber data yang akan digunakan untuk mendapatkan informasi dari Penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan sekunder.

- a. Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:219).

Data primer dalam menyusun laporan ini penulis peroleh dengan mewawancarai kepala cabang CV Anugerah Kencana Motor Palembang.

- b. Data Sekunder

Sumber Sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2018:219). Dalam penelitian ini data sekunder didapatkan melalui jurnal-jurnal, buku, hasil penelitian orang lain yang telah dipublikasikan, dan rekapan-rekapan tahun lalu CV Anugerah Kencana Motor Palembang.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

a. Riset Lapangan (*Field Research*)

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke tempat lokasi perusahaan yaitu CV Anugerah Kencana Motor Palembang yang terletak di jalan mayor salim batubara No. 74-76 Kemuning Palembang Sumatera Selatan.

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2018:220) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Dalam hal ini wawancara dilakukan di CV Anugerah Kencana Motor Palembang dengan mewawancarai kepala cabang CV Anugerah Kencana Motor Palembang.

b. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan dan sesuai dengan apa yang dibahas dalam Laporan Akhir.

1.5.4 Analisa Data

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu penelitian akan mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana upaya dalam

meningkatkan volume penjualan motor honda yang dilakukan CV Anugerah Kencana Motor Palembang di masa pandemi covid-19 saat ini. Penulis menggunakan daftar pertanyaan berbentuk wawancara pada pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis bahas dalam laporan ini.

Menurut Sugiyono (2018:423) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana pola pikir penelitian menggunakan metode kualitatif yang bersifat deduktif, tetapi data yang dikumpulkan adalah kualitatif. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2019:321) bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Menurut Sugiyono (2018:485) Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian atau narasi singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya, Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2018:488) menyatakan “*the most frequent form of*

display data for qualitative research data in the past has been narrative text". Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif singkat. Peneliti mampu mereduksi data kedalam huruf besar, huruf kecil dan angka, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam mendisplay data, huruf besar, huruf kecil dan angka disusun kedalam urutan sehingga strukturnya dapat dipahami (Sugiyono, 2019:488).

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2018:492) adalah kesimpulan. "Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya, tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel". Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan masih dapat berubah dan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.