

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Seiring berkembangnya zaman, dunia usaha kian semakin menjamur. Pada dasarnya tujuan utama setiap orang mendirikan suatu usaha yaitu untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. Indikator kesuksesan suatu usaha bisa dilihat dari volume penjualan. Semakin besar volume penjualan bisa menjadi salah satu indikator bahwa bisnis berjalan dengan lancar dan produk/jasa yang dijual dapat diterima oleh konsumen. Dalam mencapai volume penjualan yang maksimal, pemasaran mempunyai pengaruh yang sangat kuat. Salah satu usaha yang makin berkembang adalah usaha dibidang industri otomotif. Banyak perusahaan industri otomotif yang bersaing untuk memproduksi kendaraan yang canggih dikarenakan transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam menunjang aktivitas atau mobilitas manusia setiap harinya. Dalam era globalisasi perkembangan dunia bisnis otomotif kian semakin pesat sehingga menimbulkan persaingan yang ketat diantara para produsen motor di Indonesia.

Menurut Wahyuni (2019), munculnya motor-motor import turut meramaikan penjualan motor Indonesia membuat perusahaan dituntut untuk gencar dalam pemasarannya sehingga mampu menarik dan mempertahankan konsumennya guna merebut dan menguasai pasar dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.

Untuk itu perusahaan memerlukan strategi yang tepat, terarah, dan terencana sehingga dapat mempertahankan posisi perusahaan. Salah satunya adalah mampu menguasai strategi pemasaran dengan baik. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan.

Menurut Fandy Tjiptono (2017:228), strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk-produknya di pasar sasaran tertentu.

Strategi Pemasaran adalah upaya memasarkan sebuah produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Semakin baik strategi pemasaran yang digunakan perusahaan maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk memperluas pangsa pasar.

PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang merupakan *dealer* resmi motor Yamaha di KM. 5 Kota Palembang. Melalui *dealer* ini, Yamaha menawarkan produk-produk motor terbaru mulai dari motor bebek Yamaha seperti Yamaha Mio, *Gear 125*, *Free Go*, *Aerox*, *NMax*, Yamaha *X-ride*, *Fino Grande*, *Fazzio Lux*, *Grand Filano Lux*, *MX King*, Yamaha R15, hingga yamaha WR 155. *Dealer* motor ini manawarkan dan menjual motor Yamaha dengan harga terjangkau, bahkan terdapat diskon pembelian, potongan harga, promo Yamaha, dan bonus lain dari setiap pembelian. Selain itu Yamaha PD Panca Motor juga menawarkan pembelian secara tunai maupun kredit serta dilengkapi dengan bengkel resmi untuk *service* motor.

PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang menjual berbagai produk motor untuk semua kalangan yaitu dari usia remaja hingga dewasa laki-laki maupun perempuan. Berbagai bentuk promosi telah dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan motor. Namun, masih mengalami kenaikan hingga penurunan volume penjualannya. Hal ini ditunjukkan dengan volume penjualan secara keseluruhan dari tahun 2018 sampai tahun 2022, seperti tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1
Volume Penjualan PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang
Tahun 2018-2022

Tahun	Unit	Penjualan Motor Yamaha (dalam rupiah)	Target (dalam rupiah)
2018	202	4.407.765.000	6.100.000.000
2019	209	4.931.905.000	5.500.000.000
2020	207	4.930.800.000	5.900.000.000
2021	315	6.802.455.000	6.200.000.000
2022	301	6.626.762.000	6.700.000.000

Sumber: PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang, 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan motor Yamaha mengalami fluktuasi. PD Panca Motor Yamaha telah melakukan berbagai strategi peningkatan penjualan seperti penyebaran brosur, pemberian diskon, pemberian garansi, serta menyediakan bengkel Yamaha. Bahkan PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang sudah mulai melakukan pemasaran melalui sosial media yaitu dengan memanfaatkan aplikasi *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsapp* sebagai media promosi. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan dalam menyebarkan informasi terkait penawaran-penawaran yang diberikan oleh PD Panca Motor Yamaha KM. 5 kepada masyarakat guna menarik perhatian mereka.

Penggunaan *Whatsapp*, *Facebook*, dan *Instagram* juga memungkinkan untuk menjangkau lebih banyak masyarakat. Namun pada kenyataannya belum mampu mencapai target yang diinginkan perusahaan, dikarenakan promosi yang dilakukan perusahaan melalui sosial media belum maksimal, seperti jarang *update* konten, konten yang diupload kurang menarik, serta jumlah *followers* yang masih minim.

Melihat permasalahan di atas tentang pentingnya suatu upaya peningkatan penjualan motor, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam terhadap permasalahan tersebut. Untuk itu penulis tertarik memilih judul laporan akhir mengenai **“Upaya Peningkatan Penjualan Motor PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengambil pokok masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana upaya peningkatan penjualan motor PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang?
- b. Apa saja kendala dalam upaya peningkatan penjualan motor PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Pada kesempatan ini, penulis membatasi lingkup pembahasan untuk mendapatkan hasil penelitian yang terarah dan tidak menyimpang dari judul dan rumusan masalah yang telah dikonsepsi oleh penulis, maka dari itu penulis membahas tentang Upaya Peningkatan Penjualan Motor PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam pembuatan Laporan Akhir ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana upaya peningkatan penjualan motor PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang.
- b. Untuk mengetahui apa sajakah kendala yang dialami PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang dalam upaya peningkatan penjualan motor.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan dicapai dalam pembuatan Laporan Akhir ini adalah:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi penulis untuk menambah wawasan pengetahuan di bidang pemasaran yaitu strategi pemasaran melalui indikator produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

b. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian mengenai upaya peningkatan penjualan motor diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi perusahaan untuk dapat meningkatkan volume penjualan motor.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan ada 2 macam yaitu:

a. Pendekatan Kualitatif

Menurut Moleong (2017:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Data kualitatif yang dilakukan dalam penulisan laporan akhir ini berupa observasi, wawancara serta riset kepustakaan.

b. Pendekatan Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2018:13), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Data kuantitatif yang dilakukan dalam penulisan laporan akhir ini berupa penyebaran kuesioner.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data:

1. Data kualitatif yaitu data yang berhubungan dengan kategori, karakteristik berwujud pertanyaan atau berupa kata-kata.
2. Data kuantitatif yaitu data yang berwujud angka-angka.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017:193), “data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Dalam penelitian ini, data primer

merupakan hasil data wawancara langsung dengan Kepala Cabang PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang Bapak Rizal Fahlevi dan Admin Penjualan Ibu Rini, serta hasil data kuesioner seluruh karyawan PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:193), “data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data sekunder yang dipakai penulis pada laporan ini mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari internet serta sumber-sumber literatur yang sudah ada, seperti buku, jurnal, laporan, skripsi dan lainnya. Seperti struktur organisasi dan sejarah perusahaan.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Pengamatan (Observasi)

Menurut Crewsell dalam Sugiyono (2015:235), observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian.

Penelitian yang dilakukan penulis dengan cara observasi yaitu melakukan pengamatan terhadap PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang baik secara berhadapan langsung maupun secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab.

2. Riset Lapangan (*Field Research*)

a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2017:214), metode wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.

Peneliti mengadakan wawancara secara langsung dengan Kepala Cabang PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang Bapak Rizal Fahlevi dan Admin Penjualan Ibu Rini untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan penelitian yaitu upaya peningkatan penjualan dan hambatan-hambatan yang terjadi di dalam peningkatan penjualan motor pada PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang.

b. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Dalam hal ini penulis menyebarkan kuesioner kepada seluruh karyawan PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang.

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:329), dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Dalam hal ini penulis mendokumentasikan objek penelitian dan data-data yang berfungsi untuk melengkapi dan menguatkan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi terkait upaya peningkatan penjualan motor PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang.

3. Riset Kepustakaan

Menurut Sugiyono (2012:291), studi pustaka berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti.

Penyusunan laporan akhir, diperoleh dengan cara mengumpulkan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang terdapat di ruangan perpustakaan, seperti buku-buku, jurnal, serta data-data yang didapat dari pencarian melalui *website* ataupun situs *internet*.

1.5.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:130), populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki mutu serta ciri tertentu yang diresmikan oleh seorang peneliti guna dipergunakan untuk dipelajari sehingga kemudian akan ditarik kesimpulan untuk hasil akhirnya.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Berdasarkan penjelasan tersebut, adapun populasi sasaran yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang yang beranggotakan 21 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang baik memiliki sifat representatif terhadap populasi. Menurut Sugiyono, (2016:81), “teknik sampling ialah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan”.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan populasi, yaitu dengan cara *sampling* jenuh. *Sampling* jenuh adalah teknik penentuan

sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. *Sampling* jenuh ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang. Maka dari itu, Penulis memilih *sampling* jenuh sebagai teknik pengambilan sampel karena jumlah populasi yang relatif kecil yaitu berjumlah 21 orang, dan semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

1.5.5 Analisis Data

Analisis data adalah bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Adapun tujuan dari analisis data dalam penelitian adalah memecahkan masalah-masalah penelitian, memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang telah diajukan dalam penelitian serta sebagai bahan untuk membuat simpulan dan saran yang berguna untuk kebijakan penelitian selanjutnya.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif untuk melihat upaya peningkatan penjualan motor pada PD Panca Motor Yamaha KM. 5 Palembang dengan cara membuat daftar wawancara dan menyebarkan kuesioner kepada responden. Hasil yang diperoleh dari kuesioner nantinya akan dihitung menggunakan Skala Likert.

a. Skala Pengukuran Likert

Hasil dari kuesioner yang disebarkan kepada karyawan PD Panca Motor Yamaha KM 5 Palembang terkait dengan upaya peningkatan penjualan motor, nantinya akan dihitung menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2018:135), “skala Likert digunakan

untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Pada skala likert terdapat 5 alternatif jawaban yang akan dipilih oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 1.2
Skala Pengukuran Likert

No.	Keterangan	Bobot
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (TS)	4
3.	Ragu-ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (ST)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, (2018:135)

Skala likert ini digunakan untuk dijadikan pilihan jawaban kuesioner untuk responden.

b. Interpretasi Skor/Angka

Hasil jawaban dari responden itu akan diolah untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus persentase dan kriteria interpretasi skor sebagai berikut:

$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan

IS : Interpretasi Skor

Total Skor Penilaian: Jumlah Responden × Bobot nilai
(1-5)

Skor Ideal : Skala nilai tertinggi \times Jumlah Responden

Berdasarkan hasil yang diperoleh melalui perhitungan jawaban dari responden akan diinterpretasikan berdasarkan kriteria interpretasi skor/angka yang telah ditentukan seperti tabel berikut ini:

Tabel 1.3
Kriteria Interpretasi Skor

Skor/Angka	Interpretasi
20% - 36%	Sangat Rendah
>36% - 52%	Rendah
>52% - 68%	Sedang
>68% - 84%	Tinggi
>84% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023