

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Intruksi Presiden RI no 4 tahun 1995 tentang gerakan nasional memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan adalah sebuah bentuk dari motivasi, keinginan, sikap hingga perilaku dan juga kemampuan yang dimiliki oleh manusia untuk melakukan kegiatan usaha hingga kegiatan yang akan melakukan pengarahan kepada berbagai macam bentuk dari upaya untuk menciptakan, melakukan penerapan kerja, hingga teknologi serta produk yang terbilang baru dengan cara meningkatkan berbagai macam efisiensi yang ada. hal ini sangat sesuai dengan kondisi indonesia saat ini yang sedang terpuruk karena masalah pandemi covid-19 yang belum jelas kapan akan berakhir, dengan salah satu dampak yang kelihatan adalah pemutusan hubungan kerja (PHK) dimanamana. disisi lain, kebutuhan ekonomi tidak bisa ditunda. untuk itu, manusia dituntut untuk berfikir kreatif dan tetap tangguh untuk menghadapi masalah ini.

Pribadi pantang menyerah (tangguh) dan ulet adalah sebutan bagi pribadi yang tidak merasa lemah terhadap sesuatu yang terjadi dan menyimpannya. Saat seseorang mulai menjalani wirausaha dan mampu meraih kesuksesan, maka timbullah kesadaran pentingnya menjadi pribadi yang tangguh, ulet dan memiliki kemampuan sebagai SDM yang menguasai dengan begitu dia akan mampu bekerja dengan baik dan menghasilkan kinerja yang baik. Bagi pelaku wirausaha sangat penting dibutuhkan kemampuan untuk menganalisa kondisi yang ada di perusahaan saat ini.

Kabupaten Jombang merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pasar yang cukup besar bagi bisnis dibidang transportasi, karena dengan jumlah pertumbuhan penduduk yang cukup besar dan penyebaran penduduk yang merata menyebabkan kebutuhan akan alat transportasi akan semakin besar. Sepeda motor sebagai salah satu alat transportasi alternative yang cukup penting dan paling diminati oleh masyarakat sebab tingkat keefisienan dan keefektifannya yang tinggi untuk mendukung berbagai macam kegiatan manusia disamping karena pertimbangan harga yang lebih terjangkau dibanding alat transportasi lainnya. Sebagai produk yang mempunyai target pasar penduduk berpenghasilan menengah ke atas, industri sepeda motor mempunyai peluang yang cukup besar untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan target pasar yang telah ditentukan.

Perkembangan jumlah kendaraan bermotor terus mengalami peningkatan. Di Kabupaten Jombang selama tiga tahun terakhir rata-rata jumlah kendaraan di Jombang mencapai 628.273 dengan peningkatan rata-rata 18,5 % (Jombang, 2021). Perkembangan kendaraan bermotor terutama motor bekas selama di satu sisi merupakan peluang untuk meningkatkan pangsa pasar, hal ini berdampak pada pagutuban pedagang motor bekas Jombang terutama di masa Pandemi menjadi peluang karena masyarakat lebih memilih motor bekas disbanding motor baru.

Salah satu usaha jasa yang bergerak dalam penjualan sepeda motor bekas di Jombang adalah paguyuban pedagang motor bekas Jombang. Permasalahan paguyuban pedagang motor bekas Jombang adalah kesulitan-kesulitan dalam pemasaran terutama pada masa Pandemi Covid19 saat ini, dan kebijakan ekonomi yang tidak jelas dan tidak menentu arahnya. Dari berbagai permasalahan yang

dihadapi pedagang motor bekas dalam mengembangkan sayap usahanya sangat diperlukan adanya strategi yang mampu memberikan arahan dalam mengatur langkah selanjutnya untuk usaha. Strategi adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, yang didasari pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi, perencanaan penjualan serta distribusi (Alwi, 2001).

Peluang usaha ini terjadi karena beberapa alasan konsumen yaitu harga motor bekas jauh di bawah harga motor baru, konsumen melakukan perhitungan ketika membeli motor baru dan ketika akan menjualnya dengan rugi yang cukup banyak, konsumen menghindari pajak progresif yang berlaku di Jawa Timur. Alasan lainnya, konsumen tidak ingin menunggu motor baru yang terlalu lama. Pada beberapa tipe motor yang laris di pasaran, masa tunggu motor baru kadang terlalu lama. Sehingga banyak calon pembeli yang tidak sabar menunggu masa indent tersebut, akhirnya lebih memilih mencari alternatif lain dengan membeli motor bekas yang bisa langsung dipakai. Maka dari itu persaingan bisnis showroom motor di Jombang dapat dikatakan memiliki persaingan yang ketat baik meliputi kondisi kendaraan yang prima, dan juga pelayanan yang dapat memuaskan para pelanggan. Di Jombang cukup banyak para pesaing penjual motor bekas yang menjadikan para pelaku bisnis motor bekas untuk terus melakukan strategis-trategi khusus untuk dapat mengalahkan para pesaingnya. Menurut (Chandler, 2005) hampir di setiap perusahaan, baik itu perusahaan produk maupun jasa masing-masing memiliki metode dan strategi yang berbeda dalam mengembangkan perusahaannya (Wahyudi, 2012). Strategi dideskripsikan

sebagai suatu cara dimana organisasi akan mencapai tujuan-tujuannya, sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman-ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta sumber daya dan kemampuan internal organisasi (Jatmiko, 2004). Strategi adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Umar, 2014). Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai (Hariandja, 2012).

Strategi yang dilakukan oleh pedagang motor bekas antara lain : 1) Strategi Produk. Produk merupakan indikator utama dalam menentukan keberhasilan bisnis perusahaan. Untuk itu pedagang motor bekas dituntut untuk menguasai dan memahami berbagai bentuk dan aspek penting yang berkaitan dengan produk, seperti penentuan bentuk, penawaran secara fisik, merek, daya tahan. 2) Strategi Harga. Harga merupakan salah satu faktor penentu terjadinya transaksi jual beli (pertukaran). Harga jual merupakan salah satu unsur dari pemasaran yang menghasilkan penerimaan bagi perusahaan. 3) Strategi Promosi. Tujuan dilakukan kegiatan promosi adalah untuk memberitahukan, meyakinkan, mengingatkan orang akan suatu produk, pelayanan, kesan, gagasan, yang pada akhirnya akan menimbulkan tindakan yang mengarah pada terjadinya transaksi jual-beli (pertukaran). Bentuk promosi yang dilakukan pedagang motor bekas adalah : 1) Periklanan, berupa pemasangan iklan disurat kabar, *facebook*, *Whatsapps*, *Instagram* 2) Penjualan perorangan (Personal selling), dengan mengirimkan

tenaga penjual untuk menawarkan dari rumah ke rumah. 4) Strategi Saluran Distribusi. Saluran distribusi merupakan alur dari produk sehingga produk dapat sampai kepada konsumen

Pada dasarnya, usahayang sedang tumbuh berkembang (growth) harus selayaknya memiliki konsep dan strategi bisnis, bagaimana ia menjadikan perusahaanya yang memiliki kelemahan (weaknesses) agar berbalik menjadi kekuatan (sreanght), dan banyaknya tantangan seperti pesaing, justru menjadi peluang tersendiri dalam melangkah dan berinovasi (Fahmi, 2014)

Terdapat banyak strategi yang dapat digunakan oleh para pengusaha, salah satu alat untuk menganalisis strategi usaha adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara otomatis untuk merumuskan strategi perusahaan atau pedagang motor bekas. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. (Rangkuti, 2011). Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini (Rangkuti, 2011).

Dari berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki usaha pedagang motor bekas dalam melakukan strategi pengembangan usaha baik strategi produk, harga, promosi dan distribusi harus mampu menemukan satu alternatif yang dapat membawa usahan mengubah kelemahan menjadi kekuatan

dan memanfaatkan peluang untuk terus menghadapi ancaman yang ada. Analisis SWOT sangat membantu usaha untuk dapat menganalisis kekuatan yang dimiliki dan kelemahan-kelemahan yang ada, serta seberapa besar peluang yang bisa diambil dan ancaman yang bisa dihadapi untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha yang dijalankan. Dengan menggunakan analisis SWOT dapat menjadi bahan pertimbangan Paguyuban Pedagang Motor Bekas Jombang dalam menentukan strategi pengembangan usaha baik strategi produk, harga, promosi atau distribusi yang akan digunakan kedepannya.

Hal ini sesuai dengan hasil beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang pemanfaatan analisis SWOT untuk mengembangkan usahanya.

Penelitian yang dilakukan oleh Sapmaya Wulan (2018) dengan judul “Analisis strategi bersaing penjualan sepeda motor kawasaki PT. Cemerlang motor lestari di bandar lampung” analisis SWOT dihasilkan empat kombinasi strategi (SO, WO, ST, dan WT) yang harus dilaksanakan perusahaan, namun perusahaan belum sepenuhnya melaksanakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo, Rio Dedy (2020) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Sepeda Motor Second Dengan Pendekatan Metode SWOT Dan BCG Untuk Meningkatkan Penjualan” menunjukkan hasil bahwa Strategi Internal yaitu Faktor Kekuatan didapat : permodalan usaha kuat skor rating 4, memiliki banyak cabang skor rating 4. Faktor Kelemahan didapat : promosi kurang skor rating 2, penjualan sepeda motor tidak stabil skor rating 2, jaminan garansi mesin sepeda motor kurang skor rating 2, pengembangan pasar dan produk.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Analisis SWOT Paguyuban Pedagang Motor Bekas Jombang”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan permasalahan penelitian ini adalah

1. Bagaimana Analisis SWOT di Paguyuban Pedagang Motor Bekas Jombang?
2. Strategi apa yang digunakan oleh Paguyuban Pedagang Motor Bekas Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis penerapan analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) yang dihadapi pada Paguyuban Pedagang Motor Bekas Jombang.
2. Untuk mengetahui strategi yang paling sesuai untuk diterapkan Paguyuban Pedagang Motor Bekas Jombang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi menerapkan ilmu perkuliahan ke dalam dunia nyata serta menganalisis fenomena yang terjadi dalam dunia bisnis, khususnya konsep-konsep bidang studi kewirausahaan.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan mampu menjadi bahan referensi serta stimulus bagi peneliti yang memiliki topik yang sama sehingga perkembangan ilmu pengetahuan khususnya kewirausahaan menjadi tidak statis