

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kemandirian ekonomi merupakan salah satu faktor kunci pembangunan ekonomi negara, yaitu dengan mendorong jumlah wirausaha dan meningkatkan kegiatan ekonomi baik usaha kecil, menengah maupun besar. Dengan adanya lingkungan yang dapat mendukung kreativitas pengusaha maka hal itu dapat menciptakan beberapa pengusaha yang mencoba menerapkan ide – ide baru dalam kehidupan ekonomi. Pada era globalisasi saat ini, para pelaku usaha dituntut agar mampu menghadapi segala kendala usaha terutama tingkat persaingan yang tinggi, peningkatan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknis, serta perluasan cakupan pemasaran yang merupakan tindakan terpenting yang dilakukan oleh para pelaku usaha.

Tepatnya pada pertengahan Maret 2020, Indonesia menjadi salah satu negara yang mengalami pandemi COVID-19 yang pada saat itu pemerintah menerapkan kebijakan pembatasan sosial yang dinamakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Hal ini tentunya akan sangat mempengaruhi pergerakan roda perekonomian para pelaku usaha di Indonesia baik usaha kecil, menengah, dan besar merupakan salah satu sektor ekonomi yang omsetnya menurun bahkan terpaksa menghentikan proses produksinya dikarenakan distribusi produknya terhambat semasa pandemi COVID-19 terjadi.

Corona Virus atau yang lebih dikenal dengan COVID-19 telah mengubah peta, perilaku, maupun strategi bisnis. Dalam situasi seperti ini, pengusaha

dipaksa untuk melakukan perubahan total agar dapat bertahan demi keberlangsungan usaha mereka. Sebagian perusahaan telah mengalami penyetelan ulang secara lengkap pada bisnis mereka dan adapula perusahaan yang tidak dapat bertahan dengan situasi saat ini dan akhirnya mengalami kebangkrutan.

Victor Jaya Mobilindo merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang jual beli mobil second. Perusahaan ini juga merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang terkena dampak dari COVID-19. Berbagai macam strategi penjualan yang diterapkan oleh perusahaan ini agar dapat bertahan di masa pandemi COVID-19 saat ini. Pada saat awal pandemi COVID-19 terjadi, Victor Jaya Mobilindo mengalami penurunan omset penjualan yang dikarenakan daya beli masyarakat yang menurun. Mobil bukan merupakan prioritas utama bagi sebagian masyarakat Indonesia di masa Pandemi COVID-19 yang berakibat pada menurunnya daya beli masyarakat terhadap mobil. Seiring berjalannya waktu, Victor Jaya Mobilindo telah dapat meminimalisir dampak COVID-19 tersebut sehingga perusahaan tersebut dapat menaikkan kembali omset penjualan yang didapat dan dapat bertahan sampai sekarang dengan menghadapi situasi pandemic COVID-19.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka peneliti tertarik untuk melaksanakan studi berjudul “Kendala dan Strategi Victor Jaya Mobilindo di Masa Pandemi (Studi Analisis pada Showroom Mobil Victor Jaya Mobilindo)”

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada subbab sebelumnya, maka masalah yang dapat ditemukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Adanya penurunan omset penjualan mobil second sejak pandemi corona dan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar di Showroom Victor Jaya Mobilindo.
2. Dikarenakan mobil bukan merupakan kebutuhan utama kehidupan maka dari itu daya beli mobil bukan prioritas masyarakat sehingga mengakibatkan penjualan mobil second menurun di masa pandemi corona dan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar.

I.3 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan pada subbab sebelumnya, maka dari itu rumusan masalah yang dimiliki penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kendala apa saja yang dihadapi oleh Victor Jaya Mobilindo dalam penjualan mobil second di masa pandemi COVID-19 dan masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan Victor Jaya Mobilindo untuk menaikkan omset penjualan di masa pandemi COVID-19 dan masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)?

I.4 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kendala apa saja yang dihadapi oleh Victor Jaya Mobilindo dalam penjualan mobil second di masa pandemic corona agar bisa bertahan di tengah pandemik COVID 19.
2. Mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan Victor Jaya Mobilindo untuk menaikkan omset penjualan di masa pandemic corona dan masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).
3. Mengetahui solusi Victor Jaya Mobilindo dalam menghadapi Pandemik Covid 19 agar mampu mempertahankan bisnis.

I.5 Manfaat Penelitian

Dalam menjelaskan mengenai manfaat penelitian, penulis membaginya ke dalam dua bagian yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

I.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini adalah untuk memperdalam ilmu bisnis dalam mengembangkan bisnis di kondisi yang sedang sulit.

I.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini adalah dapat mengetahui langkah yang harus di ambil dalam berbisnis jika terjadi imbas yang mengakibatkan perekonomian negara menurun dari sisi pengusaha *showroom* mobil bekas Victor Jaya Mobilindo.

I.6 Sistematika Penulisan Laporan

Untuk lebih memudahkan pembahasan dan pengertian masalah maka penulis menggunakan pembahasan dengan sistematika penulisan yang berhubungan antar

Bab yang satu dengan bab yang lainnya secara berurutan. Sistematika penulisan tersebut adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi dan rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibagi menjadi tiga sub bagian yaitu penjelasan mengenai teori – teori yang relevan dengan tema penulisan yang didapatkan dari buku – buku, *e- journal* ataupun *e-book* yang didapat dari internet, tinjauan studi yang membahas mengenai hasil penelitian terdahulu baik dari jurnal, skripsi, ataupun tesis yang menunjang penelitian, dan subbab terakhir adalah mengenai kerangka konsep yang menjelaskan mengenai model yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dibagi menjadi tiga subbab bagian yaitu metodologi penelitian, metode analisis data, dan objek penelitian. Pada subbab metodologi penelitian dibahas mengenai desain penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dimana penulis melakukan wawancara kepada pemilik *showroom* mobil Victor jaya Mobilindo terkait dengan permasalahan yang diambil penulis dalam melakukan penelitian lalu data tersebut dilakukan analisis secara deskriptif. Sedangkan pada subbab terakhir adalah mengenai objek penelitian. Dalam subbab ini membahas mengenai sejarah singkat perusahaan yang menjadi objek penelitian, visi

dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan deskripsi tugas, bidang/jenis usaha pada perusahaan tersebut, serta kajian sistem berjalan yang diimplementasikan di perusahaan tersebut.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibagi menjadi dua subbab yaitu analisis data dan pembahasan. Pada subbab analisis data dilakukan pemberian pendapat penulis atas bahasan dari topik yang diambil. Dalam hal ini keterkaitan antara faktor – faktor dari data yang diperoleh dan dijelaskan bagaimana penyelesaian masalahnya dengan menggunakan metode yang telah ditentukan penulis.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan yang didapatkan penulis dalam melakukan penelitian serta saran yang diajukan untuk perusahaan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.