

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha DP1 Motor adalah usaha Distributor yang melayani para reseller yang menjual aneka ragam barang variasi sepeda motor atau Sparepart. Usaha ini baru di resmikan pada tahun 2020, dengan banyaknya pesaing yang juga menjual aneka ragam barang variasi atau sparepart sepeda motor usaha ini harus mengatur beberapa strategi pemasaran untuk tetap bisa beroperasi dan mampu berdaya saing dengan toko yang lainnya yang memiliki potensi yang sama dengan DP1 Motor.

Banyaknya permintaan menunjukkan tingkat persaingan dalam mendapatkan pangsa pasar yang semakin tinggi persaingan, hal ini dapat membuat usaha DP1 Motor harus berpikir lebih keras mengenai strategi yang akan di ambil, dengan menemukan peluang untuk mendapatkan peluang pasar. Selain itu dengan adanya beberapa usaha yang memiliki potensi yang sama tentunya akan mengakibatkan penurunan permintaan barang. Hal ini yang bisa menyebabkan dampak negatif bagi usaha DP1 Motor.

Dalam perkembangan perekonomian pada saat ini persaingan bisnis sangatlah ketat. Setiap usaha yang dilakukan baik dari sebuah usaha kecil, usaha menengah, yang menawarkan barang maupun jasa harus pandai pandai untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan demikian usaha yang dijalankan akan memberikan nilai positif dari pesaing usaha

lainnya. Dengan adanya persaingan tersebut kita harus mempunyai strategi dalam berusaha salah satunya dengan menggunakan terobosan terobosan baru di dalam memasarkan produk. Dengan kemajuan teknologi seperti sekarang ini dan di barengi dengan minat beli masyarakat salah satunya terhadap pembelian suku cadang sepeda motor (sparepart).

Volume pasar terhadap service perawatan sepeda motor dengan penggantian suku cadang atau sparepart motor semakin meningkat karena adanya kesadaran masyarakat terhadap pemeliharaan kendaraan bermotor. Semakin meningkatnya minat beli konsumen terhadap pembelian kendaraan bermotor terutama kendaraan roda dua hal ini akan menjadi peluang bagi para pelaku bisnis sparepart. Walaupun demikian banyak para pesaing yang harus kita hadapi dengan cara melakukan inovasi terbaru dari aneka macam model dan bentuk variasi sepeda motor atau sparepart selain itu perlu juga untuk memasang strategi pemasaran yang baik.

Dewasa ini perkembangan dunia bisnis maju sangat pesat. Hal ini dapat kita lihat dari munculnya beberapa pelaku bisnis atau pengusaha-pengusaha yang baru, terutama adanya peningkatan atau perkembangan teknologi, yang menuntut manusia untuk bertindak cepat dan tepat terutama dalam hal daya saing, supaya tidak kalah berdaya saing dengan manusia lainnya. Tidak hanya itu manusia juga dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat untuk mencapai target maksimal penjualan. Selain dari segi manusia perusahaan juga harus memiliki keunggulan untuk berdaya saing dengan usaha usaha yang lainnya. Terutama dalam segi pemasarannya. Dalam satu lingkungan perusahaan tidak semua yang bergerak dalam bidang tersebut bisa

di sebut dengan pesaing. Tetapi hanya pesaing yang memiliki potensial sebagai pesaing dalam berusaha.

Ada perubahan di bidang ekonomi dan industri, yang meningkatkan permintaan masyarakat untuk produk industri. Industri variasi sepeda motor /sparepart juga berkembang pesat, terutama di bidang sepeda motor. Perkembangan industri ini menyebabkan persaingan sangat sengit di industri sparepart motor (Kereh et al., 2018).

Setiap perusahaan harus mempunyai pemasaran yang selalu mengikuti prinsip yang unggul dan meninggalkan kebiasaan lama dan selalu membuat inovasi. Karena produsen tidak lagi dapat memaksakan keinginan mereka terhadap konsumen, sekarang konsumen yang memaksakan keinginan mereka terhadap produsen (Feddy Rangkuti, 2005).

Strategi pemasaran merupakan kumpulan tujuan, sasaran, dan peraturan yang mengarahkan usaha secara bertahap. pada semua tingkatan, referensi, dan alokasi, terutama sebagai respons perusahaan terhadap perubahan lingkungan dan keadaan persaingan (Sofjan Assauri 2013:15).

Kerangka Vrio merupakan suatu rumus yang di gunakan untuk menganalisis sumber daya internal dan kemampuan guna mengetahui apakah sumber daya dan kemampuan mampu menjadi sumber keunggulan perusahaan berdaya saing berkelanjutan. Rumus ini dikembangkan oleh Barney, J. B (1991) VRIO terdiri dari *Valuable, Rare, Inimitable dan Organized to Captured Value*.

Setiap perusahaan umumnya selalu berusaha membuat keunggulan kompetitif yang mendorong mereka ke depan pesaing. Menciptakan

keunggulan yang kompetitif merupakan tujuan yang harus di capai oleh setiap perusahaan, dengan adanya analisis Vrio ini dapat membatu perusahaan untuk menjelaskan dan melindungi sumber daya dan kapabilitasnya yang memberi perusahaan keunggulan berdaya saing brjangka Panjang. Dengan adanya Analisis Vrio ini dapat membantu salah satunya usaha pada DP1 Motor untuk mencari tahu sumber daya yang akan digunakan, memeriksa seberapa terorganisir usaha DP1 Motor.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah:

“Apakah strategi yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing pada usaha DP1 Motor Kabupaten Pasuruan sudah tepat berdasarkan analisis VRIO?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah di rancang, maka tujuan yang akan di capai dari adalah untuk menentukan pilihan strategi pemasaran melalui analisis VRIO untuk meningkatkan daya saing pada usaha DP1 Motor di Kab. Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa di ambil adalah :

1. Bagi penulis, berguna untuk memperluas pengetahuan mereka dan memperluas perspektif mereka, terutama tentang strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan dengan analisis VRIO.
2. Bagi perusahaan, memberikan informasi dan bahan masukan yang berguna untuk bisnis DP1 Motor Kab. Pasuruan.
3. Bagi pihak lain, sebagai bahan masukan dan referensi bagi peneliti selanjutnya dan peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama pada waktu yang sama.

