

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Balai Pustaka (2002) arisan adalah kegiatan mengumpulkan uang atau barang yang bernilai sama, oleh beberapa orang kemudian diundi diantara mereka untuk menentukan siapa yang memperolehnya, undian dilaksanakan di sebuah pertemuan secara berkala sampai semua anggota memperolehnya. Sedangkan pengertian lelang adalah penjualan di depan orang banyak dipimpin oleh pejabat lelang. Jadi arisan lelang merupakan kegiatan arisan yang dilakukan oleh beberapa orang atau kelompok untuk memperoleh barang atau uang dengan cara dilelang.

Pada tahun 2001, di Kabupaten Kulon Progo untuk pertama kalinya kegiatan arisan lelang diselenggarakan oleh sebuah paguyuban "Pamor Satria". Arisan ini dilakukan secara berkala setiap bulannya dan dilakukan lelang di depan orang banyak secara tertulis, yang pelaksanaannya dipimpin oleh pengurus atau pengelola arisan. Setiap pertemuan dilakukan lelang dua kali, lelang pertama bertujuan untuk mengetahui kemungkinan besar atau kecilnya uang lelang dan lelang kedua merupakan lelang untuk menentukan siapa yang berhak untuk

...lelang. Pada setiap kali lelang sama maka akan dilakukan kemudian

sampai salah satunya lebih unggul. Kegiatan lelang ini berjalan terus sampai seluruh anggota mendapatkannya.

Kegiatan arisan lelang paguyuban Pamor Satria merupakan hasil belajar dari pengalaman yang telah dilakukan oleh suatu kelompok arisan lelang di lingkungan guru-guru Sekolah Dasar di Kabupaten Brebes, Propinsi Jawa Tengah. Belajar dari keberhasilan arisan lelang tersebut, salah seorang tokoh yang telah berpengalaman di bidang koperasi di Kulon Progo mencari kawan sebagai rekan kerja untuk mengelola kelompok arisan.

Adapun kriteria yang dicari sebagai pengelola arisan untuk mengelola arisan lelang agar kegiatannya dapat berjalan dengan lancar antara lain: jujur, kondisi ekonomi keluarga baik, memiliki cukup banyak pengaruh terhadap calon konsumen atau peserta arisan, semangat kerja tinggi dan komunikasi yang mudah.

Setelah tersusun kepengurusan organisasi yang bergerak dalam bidang arisan, kemudian dilanjutkan dengan membuat rencana program kerja, menyusun peraturan-peraturan yang harus disepakati, dan unsur – unsur penunjang lain. Dalam pelaksanaannya, tiga orang dari delapan pengurus secara tiba-tiba mengundurkan diri dengan alasan terlalu sibuk. Namun demikian pengurus yang masih ada memiliki niat yang cukup kuat untuk tetap melaksanakan kegiatan arisan lelang sehingga kegiatan tersebut bisa terus berjalan sampai sekarang.

Pada awalnya untuk mencari peserta arisan terlebih dahulu disebarakan 100

mendapatkan 60 orang peserta dengan perkiraan besarnya arisan Rp. 150.000,-. Perkiraan lelang rata-rata sebesar Rp. 3.500.000,- dari perhitungan arisan dan akan berjalan selama 60 bulan, sehingga setiap bulan dapat melelang 1 buah sepeda motor merk Supra X. Sebagai patokan dalam arisan, besarnya nilai nominal yang diterima setiap bulan dapat dihitung sebagai berikut: (Rp. 150.000,- x 60 orang) + besar lelang rata-rata (Rp. 3.500.000,-) = Rp. 12.500.000,- atau mendekati harga dealer sepeda motor Supra X saat harganya Rp. 12.200.000,-

Pada kenyataannya, peserta yang mendaftarkan menjadi anggota peserta lelang mencapai 105 orang. Pada tahap selanjutnya ternyata para peserta berinisiatif menaikkan uang arisan setiap bulannya menjadi Rp. 175.000,- dengan tujuan agar arisan cepat selesai, sehingga akhirnya perkiraan besarnya uang lelang secara rata-rata menunjukkan hasil yang lebih tinggi dari taksiran semula. Pada perhitungan akhir apabila terdapat kelebihan uang akan dikembalikan pada peserta dan apabila kemungkinan ada kekurangan, akan dipikul bersama oleh peserta.

Dari hasil pelaksanaan kegiatan arisan lelang gelombang pertama, ternyata dapat berjalan lancar dan mendapatkan tanggapan yang cukup baik dari peserta sehingga dilanjutkan dengan membuka arisan gelombang kedua. Seperti juga pada arisan lelang gelombang pertama, gelombang kedua inipun juga berjalan baik sehingga lama kelamaan terus berkembang dan hingga saat ini kegiatan

... .. Data perkembangan

arisan lelang paguyuban Pamor Satria sampai dengan bulan Mei 2005, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.1.
Data Perkembangan Arisan Lelang
Paguyuban "Pamor Satria" sampai dengan bulan Mei 2005

No	Gelombang	Jenis arisan (sepeda motor)	Jumlah peserta (orang)	Jumlah putaran arisan (bulan ke)	Jumlah motor terbeli (buah)	Besarnya arisan /bulan	Besarnya lelang	
							Tercendah (Rp. 000)	Tertinggi (Rp. 000)
1	I	Supra X	105	44	96	175.000	300	6.800
2	II	Supra X	220	39	181	175.000	550	6.350
3	III	Supra X	206	34	163	175.000	2.500	7.000
4	IV	Supra X	300	28	196	175.000	2.350	6.300
5	V	Kharisma	87	19	47	175.000	3.650	5.750
			918		423			

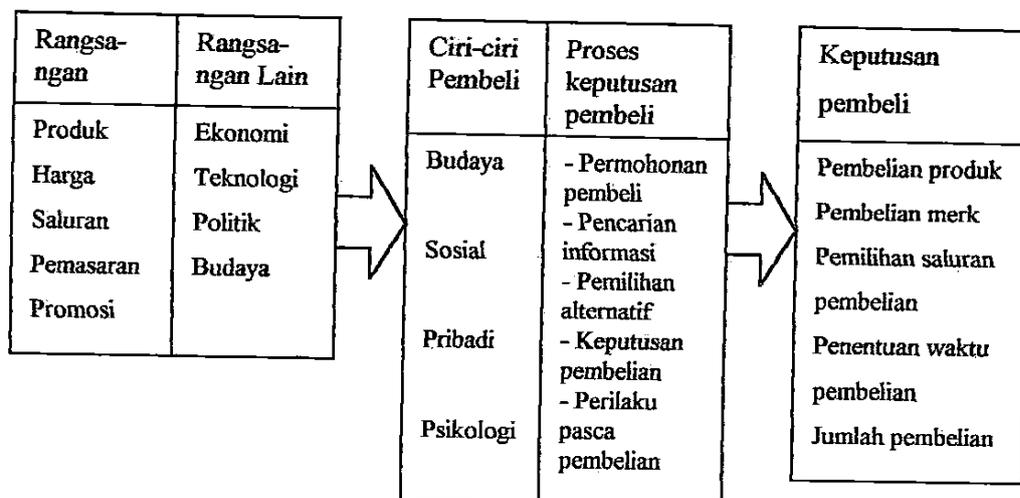
Sumber: Laporan Pengurus

Berdasarkan data di atas perkembangan kegiatan arisan lelang tersebut, secara nyata cukup berperan keberadaannya dalam bidang pemasaran khususnya dalam mengelola saluran distribusi.

Menurut Stanton (1978), pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan – kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Banyak perusahaan yang tidak mencapai target pasar disebabkan karena tidak mampu mengelola dengan baik saluran distribusi. Untuk mengatasi masalah tersebut

produsen bekerjasama dengan perantara pemasaran berusaha untuk menyalurkan produk-produk mereka ke pasar. Mereka membentuk saluran pemasaran yang sering disebut dengan saluran distribusi. Menurut Kotler (2000) saluran distribusi adalah himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa selama berpindah dari produsen ke konsumen.

Berdasarkan data perkembangan arisan lelang di atas, dapat disimpulkan bahwa minat peserta menjadi anggota arisan lelang sepeda motor cukup besar. Latar belakang sikap dan niat mereka untuk menjadi anggota arisan lelang secara teoritis dapat dijelaskan dengan model perilaku beli seperti berikut :



Sumber : Philip Kotler (2000)

Gambar 1.1.
Model Perilaku Pembeli

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor-faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam, selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia, dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli. Pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama, yaitu : motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian (Kotler, 2000).

B. Rumusan Masalah

1. Apakah sikap mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat menjadi anggota arisan lelang sepeda motor.
2. Apakah norma subjektif mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat menjadi anggota arisan lelang sepeda motor.

C. Tujuan Penelitian

1. Mengukur pengaruh sikap terhadap niat menjadi anggota arisan lelang sepeda motor.
2. Mengukur pengaruh norma subjektif terhadap niat menjadi anggota arisan

D. Manfaat Penelitian

1. Hasil Penelitian dapat dijadikan sebagai pertimbangan oleh pengelola arisan lelang untuk memutuskan serta menentukan strategi pemasaran selanjutnya.
2. Memberi wawasan dan pemahaman bagi peneliti tentang niat menjadi anggota arisan lelang serata meter