

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dalam persaingan bisnis saat ini setiap penyedia layanan harus siap untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya supaya dapat memuaskan pelanggan, sehingga mereka mampu untuk memenangkan persaingan dengan penyedia layanan lainnya. Setiap konsumen selalu mengharapkan, agar mendapatkan produk yang optimal serta mereka dapat memperoleh barang atau jasa seperti yang mereka inginkan.

Persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan semakin sulit untuk meningkatkan jumlah konsumen. Banyaknya pemain dalam pasar dengan segala macam keunggulan produk yang ditawarkan membuat perusahaan semakin sulit untuk merebut pasar pesaing. Oleh sebab itu, perusahaan harus mampu membuat ciri khas dan keunggulan dari produk mereka dalam berbagai segi untuk dapat bersaing dengan para perusahaan kompetitor yang juga selalu berusaha untuk menciptakan ciri khas dari produk mereka. Kotler (2018) mengatakan Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Pemasaran merupakan kegiatan komunikasi yang bersifat memberi tahu membujuk dan meyakinkan konsumen mengenai barang barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Keberhasilan suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan sangat dipengaruhi oleh variabel-variabel bauran pemasaran. Pemilihan variabel – variabel bauran pemasaran yang tepat,

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

efisien dan efektif merupakan kunci pokok kegiatan pemasaran suatu perusahaan. Keputusan pembelian konsumen yang tinggi dapat mengakibatkan tingginya volume penjualan sehingga keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan semakin tinggi. Agar perusahaan dapat mencapai laba yang tinggi, maka perusahaan harus memperhitungkan keputusan pembelian konsumen terhadap barang/jasa tersebut. Apabila perusahaan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian serta dapat menganalisis konsumen dalam mempersiapkan kualitas produk/jasa, harga, pengaruh iklan/promosi dan sebagainya maka dalam persaingan perusahaan dapat menjadi lebih unggul dan dapat menguntungkan juga bagi pihak perusahaan itu sendiri.

Dalam perkembangan perusahaan distributor saat ini, banyak sekali bermunculan inovasi baru untuk menarik perhatian konsumen, serta sistem pemasaran yang begitu hebat dalam suatu perusahaan distributor. Dengan mengadakan promosi terus-menerus, harga yang bersaing dan promo produk yang memadai tentu juga sangat menarik minat konsumen untuk menggunakan produk yang disediakan perusahaan tersebut. Munculnya para pesaing baru yang begitu kompeten terhadap pasar secara tidak langsung akan mempengaruhi penjualan di perusahaan. Hal ini disebabkan karena adanya kemungkinan beralihnya pelanggan dari perusahaan kepada perusahaan pesaing.

Melihat kondisi pasar yang semakin ketat, maka harus ada strategi untuk memenangkan persaingan dengan menyediakan produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar produk tersebut terjual

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

dipasaran. Selain dengan produk yang memuaskan, konsumen juga melihat harga tersebut dapat memberikan kepuasan bagi konsumen apa tidak. Sehingga pelayanan yang diterapkan oleh manajemen perusahaan adalah pelayanan yang berorientasi pada konsumen. Hal ini disebabkan oleh system pasar yang berdasarkan pada kehendak dan pilihan individual dari masing-masing pelanggan.

Dari uraian di atas dapat kita ketahui betapa pentingnya strategi pihak pemasaran pada sebuah perusahaan tanpa mengesampingkan fungsi-fungsi yang lain yang ikut meningkatkan penjualan produk pada suatu perusahaan. Pentingnya pihak pemasaran pada perusahaan juga akan membantu mempertahankan posisi perusahaan di masyarakat. Pada perkembangan dunia usaha yang semakin pesat akhir-akhir ini perusahaan perlu mengadakan berbagai macam cara pendekatan kepada masyarakat agar perusahaan dikenal dan dipercaya oleh masyarakat.

Di sinilah peran penting pihak pemasaran untuk mengetahui selera dan kebutuhan konsumen. Strategi yang efisien dan pendekatan yang baik dari pihak pemasaran kepada distributor akan membantu perusahaan dalam memperoleh pangsa pasar yang luas dan kepercayaan yang tinggi dari masyarakat.

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam meningkatkan penjualannya adalah dengan melakukan analisa strategi pemasaran pada beberapa bidang yang menjadi bagian dari proses pemasaran perusahaan tersebut. Dengan dilakukannya analisa strategi pemasaran diharapkan pihak manajemen akan memperoleh sejumlah rekomendasi untuk meningkatkan

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

penjualan mereka dan kegiatan pemasaran yang berlangsung di dalam perusahaan, khususnya pada bagian pemasaran.

Di dalam pemasaran perusahaan, analisa strategi pemasaran memiliki peranan yang penting bagi pihak manajemen untuk mengetahui kinerja pemasaran mereka. Analisa pemasaran atas fungsi pemasaran memiliki tujuan sebagai berikut: Menilai kegiatan pemasaran, Mendeteksi adanya kelemahan dalam kegiatan pemasaran serta mencari upaya penanggulangannya, Mencari alternatif dalam usaha meningkatkan efektivitas pemasaran dan Mengembangkan rekomendasi bagi penanggulangan kelemahan dan peningkatan prestasi.

Analisa Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba perusahaan. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran

PT Arta Boga Cemerlang adalah salah satu perusahaan distributor ternama di Indonesia yang bergerak dalam produk kebutuhan sehari-hari, yang memiliki strategi pemasaran yang unik sehingga dapat bertahan dari tahun ke tahun. PT. Arta Boga Cemerlang sebagai distributor tunggal yang dipercaya untuk menangani dan menguasai jalur distribusi produk OT(Orang Tua) di seluruh Indonesia yang memiliki daya untuk mempengaruhi pelanggannya sehingga dapat membeli produknya secara terus menerus yang sekarang sudah memiliki banyak pelanggan di kota Malang. Oleh karena itu dalam penelitian ini perlu diadakan penelitian yang berkaitan dengan analisa strategi pemasaran pada salah satu perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT pada PT Arta Boga Cemerlang. Judul dalam penelitian adalah **“Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Pemasaran yang Tepat Pada PT ARTA BOGA CEMERLANG MALANG”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan analisis SWOT dalam penentuan strategi pemasaran yang tepat pada PT Arta Boga Cemerlang Malang?
2. Bagaimana strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT yang dapat diterapkan pada PT Arta Boga Cemerlang Malang?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada PT Arta Boga Cemerlang Malang.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT yang dapat diterapkan pada PT Arta Boga Cemerlang Malang.

## D. Manfaat Penelitian :

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti
  - a. Bermanfaat untuk mengembangkan kemampuan dan menganalisa permasalahan yang terjadi di lapangan.
  - b. Menambah wawasan mengenai peranan analisa SWOT dalam penetapan strategi pemasaran.
2. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi tentang kualitas strategi pemasaran dan sebagai bahan pertimbangan atas langkah-langkah yang telah dilakukan perusahaan dalam mencapai tujuan.
3. Bagi Universitas

Sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa yang akan mengambil judul skripsi mengenai analisis strategi pemasaran dalam penetapan strategi pemasaran.