BAB I

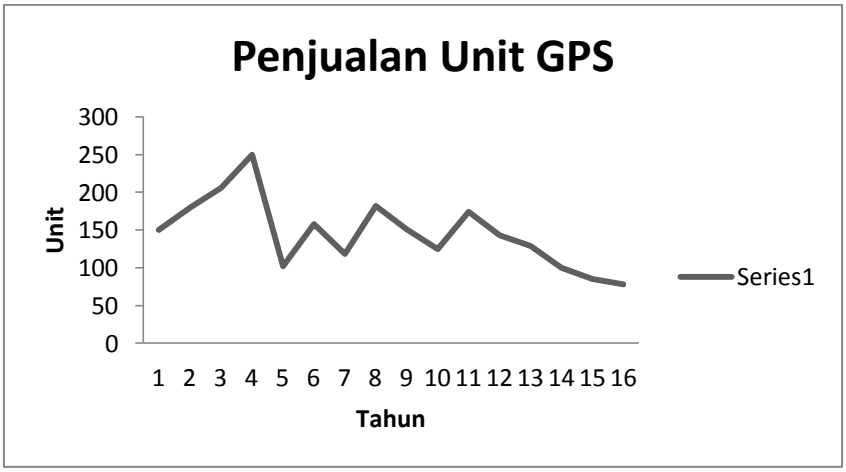
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan perekonomian di Indonesia, perkembangan ilmu dan teknologi terutama dibidang komputer dan bidang komunikasi sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan atau organisasi. Perkembangan teknologi internet saat ini menyebabkan proses penyebaran dan pertukaran informasi dapat dilakukan dengan cepat secara global tanpa ada batasan waktu. Sehingga perusahaan di Indonesia khususnya di kota Bandung semakin banyak dengan memberikan penawaran-penawaran khusus yang dapat menarik konsumen. Salah satu usaha yang diminati adalah *Global Positioning System* (GPS).

PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera merupakan salah satu perusahaan yang menjual alat untuk membantu melacak posisi kendaraan, memantau, dan memperoleh informasi kendaraan tersebut secara *online*. Sistem ini lebih murah dibandingkan dengan menggunakan satelit karena menggunakan GSM Modem (*Global System for Mobile Communications Modulator Demodulator*) untuk komunikasi data. Selain itu, sistem ini dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan. Sistem ini memanfaatkan teknologi GPS (*Global Positioning System*), GSM Modem, Mikrokontroller, *Mapserver*, dan *MySQL*. GPS berfungsi memberikan informasi mengenai posisi kendaraan pengguna. GSM Modem berfungsi mengirim dan menerima data melalui SMS. Mikrokontroller berfungsi mengatur komunikasi data antara GPS dan GSM Modem. *Mapserver* berfungsi untuk mengakses dan menampilkan peta secara *online*. *MySQL* berfungsi untuk menyimpan data yang dikirim dan diterima oleh GSM Modem. GPS merupakan suatu alat yang dipasangkan di dalam mobil. GPS dapat ditempatkan di tempat yang

tersembunyi maupun yang tidak tersembunyi. Pemantauan dapat dilakukan dengan menggunakan *Eiyes website* dan *google earth* dalam bentuk pemetaan. Pemasaran yang dilakukan tidak hanya untuk daerah Bandung saja namun dilakukan ke seluruh Indonesia. Konsumen seringkali mengeluhkan tidak dapat melacak keberadaan kendaraan mereka karena signal pada daerah tertentu yang rendah. Sehingga pelacakan melalui GSM dan internet tidak dapat dilakukan.



Gambar 1.1

Grafik Penjualan unit GPS

Pada awal berdiri, yaitu tahun 1995, nilai penjualan perusahaan ini sangat kecil karena masih banyak konsumen yang belum mengetahui kegunaan produk dan keberadaan perusahaan ini. Oleh karena itu pemilik perusahaan melakukan tindakan promosi dengan cara menyebar pamflet, brosur, dan memasarkannya melalui internet. Pada tahun 1997, penjualan mengalami peningkatan sekitar 20% dari tahun 1996. Tahun 2005 penjualan mengalami peningkatan lagi sekitas 50% dari tahun 1997, sehingga perusahaan membuka 3 cabang di daerah Bandung dan 1 cabang di daerah Bekasi Barat. Setelah itu dari tahun 2005 sampai 2008 penjualan relatif tetap dan fluktuasi penjualan yang kecil. Seiring berjalannya waktu dengan berdirinya perusahan - perusahaan lain yang sejenis maka pada tahun 2009 penjualan di perusahaan tersebut mengalami penurunan sekitar 30% dari tahun 2008. Sejak saat itu

hingga sekarang penjualan GPS di perusahaan tersebut belum mengalami peningkatan lagi.

Melihat permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan, maka yang akan dianalisis adalah strategi apa yang tepat digunakan bagi perusahaan GPS untuk meningkatkan penjualan.

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk mempermudah penulis dalam menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam penelitian ini, maka dilakukan identifikasi masalah yang terjadi di PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera berdasarkan latar belakang permasalahan di atas sebagai berikut:

1. Banyaknya perusahaan sejenis yang berdiri membuat semakin ketatnya persaingan dengan ditandai perebutan pangsa pasar semakin ketat dan menyebabkan penurunan penjualan.
2. Ketidakpuasan konsumen terhadap performansi yang diberikan oleh perusahaan menyebabkan beralihnya konsumen ke perusahaan lain.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar topik yang akan dibahas pada penyusunan tugas akhir ini tidak meluas maka penulis mengajukan beberapa pembatasan masalah seperti di bawah ini:

1. Konsumen yang diamati di Kotamadya Bandung.
2. Penelitian ini tidak mengamati persaingan secara langsung.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya maka penulis merumuskan masalah seperti di bawah ini:

1. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen terhadap PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera?
2. Bagaimana loyalitas konsumen terhadap perusahaan?

3. Hal-hal apa saja yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan untuk meningkatkan penjualan?
4. Siapa yang menjadi target pasar PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera?
5. Berapa besar pengaruh variabel-variabel dan loyalitas?
6. Usulan strategi pemasaran apa yang dapat diberikan kepada PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera untuk meningkatkan penjualan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah ada maka penulis merumuskan tujuan penelitian dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Mengidentifikasikan faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen terhadap PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera.
2. Mengetahui loyalitas konsumen terhadap perusahaan.
3. Mengetahui hal-hal yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan untuk meningkatkan penjualan.
4. Mengetahui target pasar PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera
5. Mengetahui besar pengaruh variabel-variabel dan loyalitas
6. Memberikan usulan strategi pemasaran kepada PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera untuk meningkatkan penjualan.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan secara singkat mengenai latar belakang dilakukan penulisan ini, identifikasi dari masalah yang terdapat pada perusahaan PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera, pembatasan yang digunakan untuk membatasi penulisan laporan ini, perumusan masalah yang dijadikan acuan dalam penulisan ini, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan Manajemen Pemasaran yang dapat membantu memecahkan masalah dalam penulisan laporan penelitian ini.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai langkah-langkah penyusunan laporan penelitian mengenai usulan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing di PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera ini mulai dari penelitian pendahuluan, penelitian, sampai kesimpulan dan saran.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Berisi data umum perusahaan, data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner, dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi pengolahan data yang akan dilakukan untuk dapat memecahkan masalah yang terjadi dalam penelitian Tugas Akhir disertai analisis hasil yang telah diperoleh berdasarkan pengolahan data.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian yang diperoleh dengan berpedoman pada analisis yang telah dilakukan. Selain itu, pada tahap ini juga akan diberikan saran yang bermanfaat bagi perusahaan yang diteliti agar dapat meningkatkan penjualan dan memenuhi kepuasan pelanggan.