

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pelumas adalah penopang utama dari kerja sebuah mesin. Bukan itu saja, bahkan pelumas juga menentukan performa dan daya tahan mesin. Semakin baik kualitas pelumas yang digunakan, semakin baik pula performa dan daya tahan mesin. Fungsi pelumas bukan hanya sebagai pelumas saja, melainkan juga sebagai pendingin dan pembersih mesin. Oleh karena kebutuhan pelumas yang sangat berhubungan erat dengan mesin-mesin, baik itu motor, mobil, kapal, pesawat terbang dan mesin-mesin untuk proses industri lainnya, maka pada masa sekarang ini, pelumas banyak sekali digunakan di dunia, terutama di Indonesia.

PT Pertamina (Persero) adalah salah satu perusahaan yang memproduksi pelumas di Indonesia. Walaupun pasar pelumas di Indonesia sudah dibuka sejak tahun 2001, namun Pertamina tetap mendominasi bisnis pelumas di Indonesia. Komitmen Pelumas Pertamina memberikan produk terbaik kepada konsumen setianya tak perlu diragukan. Demi memberikan jaminan kepuasan Pertamina senantiasa berinovasi. Inovasi tak hanya berfokus kepada peningkatan mutu dan kualitas pelumas itu sendiri, melainkan juga pada kemasan. Pertamina berusaha agar pelumas miliknya dijual tidak hanya berpusat pada ibukota saja, namun pelumas miliknya juga dapat dijual ke daerah-daerah di Indonesia, termasuk Sumatera Barat.

PT. Sumbar Surya Sejati adalah salah satu agen resmi pelumas Pertamina bergerak di bidang perdagangan yang berdiri pada tanggal 6 Oktober 1994. PT. Sumbar Surya Sejati berlokasi di jalan Pulau Karam Dalam no.48A di kota Padang ini cukup dikenal oleh konsumen karena merupakan perusahaan pelumas yang telah lama berdiri. Namun, seiring berjalannya waktu dengan berdirinya banyak perusahaan baru yang bergerak pada bidang yang sama membuat PT. Sumbar Surya Sejati kewalahan menghadapi persaingan yang semakin ketat. Pada

tahun 2009 penjualan pelumas di PT. Sumbar Surya Sejati mengalami penurunan pada data penjualan, yaitu dari 24.489 produk menjad 16.986 produk dari tahun 2011. Dimana $((24.489-16.986)/24.489)*100\%$, maka penurunan penjualan produk sekitar 30% dari tahun 2009 ke tahun 2011 ini. Seperti dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1
Penjualan Oli

	2008	2009	2010	2011
Jumlah Penjualan (unit)	20,589	24,489	20,790	16,986

Melihat permasalahan yang dihadapi PT. Sumbar Surya Sejati, maka harus dianalisis strategi apa yang tepat digunakan bagi PT. Sumbar Surya Sejati untuk meningkatkan penjualan.

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk mempermudah dalam menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam penelitian ini, maka dilakukan identifikasi masalah yang terjadi di PT. Sumbar Surya Sejati berdasarkan latar belakang permasalahan di atas sebagai berikut:

1. Adanya perusahaan sejenis yang membuat semakin ketatnya persaingan sehingga PT. Sumbar Surya Sejati tidak dapat bersaing dengan pesaingnya.
2. PT. Sumbar Surya Sejati belum mengetahui tingkat kepuasan pelanggannya.
3. PT. Sumbar Surya Sejati belum mengetahui variabel apa yang dianggap penting oleh pelanggannya.
4. PT. Sumbar Surya Sejati belum mengetahui manajemen strategi yang tepat untuk perusahaannya.
5. Terjadinya inflasi, sehingga daya beli pelanggan menurun.
6. PT. Sumbar Surya Sejati belum mengetahui segmentasi, *targeting*, dan *positioning* yang baik dan sesuai.
7. PT. Sumbar Surya Sejati belum mengetahui usulan yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

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

1. Persaingan dengan perusahaan lainnya tidak dikaji secara lebih mendalam.
2. Masalah inflasi tidak dibahas pada penelitian ini.

1.4 Perumusan Masalah

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

1. Apa sajakah variabel yang dianggap penting oleh konsumen PT. Sumbar Surya Sejati?
2. Bagaimana tingkat kepuasan menurut konsumen terhadap PT. Sumbar Surya Sejati berdasarkan variabel-variabel yang ada dalam bauran pemasaran?
3. Faktor-faktor apa saja yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi PT. Sumbar Surya Sejati?
4. Bagaimana manajemen strategi yang tepat untuk PT. Sumbar Surya Sejati?
5. Bagaimana strategi segmentasi, *targeting*, dan *positioning* PT. Sumbar Surya Sejati?
6. Bagaimana usulan yang dapat diterapkan oleh PT. Sumbar Surya Sejati ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah penulis kemukakan di atas maka, penulis merumuskan tujuan penelitian dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Mengetahui variabel-variabel yang menjadi kepentingan setiap konsumen.
2. Mengetahui hal-hal yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan untuk memenuhi kepuasan konsumen.
3. Mengidentifikasi faktor-faktor yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi PT. Sumbar Surya Sejati
4. Mengetahui manajemen strategi yang tepat untuk PT. Sumbar Surya Sejati.

5. Mengetahui strategi segmentasi, *targeting*, dan *positioning* PT. Sumbar Surya Sejati.
6. Mengetahui usulan yang dapat diterapkan oleh PT. Sumbar Surya Sejati.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada Bab ini diuraikan secara singkat mengenai latar belakang mengapa dilakukan penulisan ini, Identifikasi dari masalah yang terdapat dalam PT. Sumbar Surya Sejati, 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, yaitu teori segmentasi pasar yang digunakan untuk membuat kuesioner penelitian, teori 5 kekuatan porter dan 10 pengaruh lingkungan yang digunakan untuk membuat pedoman wawancara, teori tentang SWOT yang membantu dalam menentukan manajemen strategi yang cocok bagi perusahaan, teori strategi pemasaran dengan STP dan dengan *Marketing Mix* 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. Sumbar Surya Sejati ini mulai dari penelitian yang dilakukan dengan pembuatan kisi-kisi kuesioner dan pedoman wawancara, penentuan kuesioner penelitian dengan pangsa pasar, pengujian validitas konstruk, pengujian validitas eksternal dan reliabilitas, metode pengolahan data, usulan manajemen strategi dan strategi pemasaran, sampai kesimpulan dan saran.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini berisi pengumpulan data yang telah didapat dari hasil pembagian kuesioner penelitian, hasil dari wawancara, dan data perusahaan yang diteliti. Data ini kemudian untuk menjadi dasar bagi pengolahan data yang akan dilakukan pada bab 5.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi pengolahan data kuesiner dan wawancara yang telah dikumpulkan dengan menggunakan metode SWOT, STP dan *Marketing Mix* dan analisa dari hasil pengolahan data tersebut. Analisa dilakukan agar diperoleh kejelasan mengenai hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya. Setelah dilakukan analisa diharapkan penulis dapat memberikan usulan dan menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan ini.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini ditarik kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan sebelumnya sehingga dapat diketahui strategi pemasaran apa yang tepat bagi PT. Sumbar Surya Sejati untuk meningkatkan penjualan.