

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peningkatan jumlah perusahaan pada bidang produksi maupun jasa semakin pesat setiap tahunnya. Hal tersebut berdampak di persaingan bisnis yang terjadi pada perusahaan menjadi meningkat terhadap industri. Kurangnya daya saing serta pengetahuan strategi dalam pemasaran, dapat mengakibatkan kemunduran terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam menghadapi persaingan ini, pelaku bisnis harus menerapkan strategi pemasaran yang sesuai untuk keberlangsungan usahanya.

PT. Alfa Dinamis Indo Teknik telah terdaftar dan teregistrasi di Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia (KEMNAKER RI) sebagai penyedia jasa Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) bidang Pemeriksaan dan Pengujian (Riksa Uji) sejak tahun 2017. Riksa Uji adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengupayakan keselamatan dan kesehatan kerja terhadap tenaga kerja maupun lingkungan kerja dengan melakukan pemeriksaan dan pengujian terhadap peralatan atau mesin yang ada disekitar area kerja. Riksa uji juga bertujuan untuk membantu perusahaan dalam melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berlaku terkait izin penggunaan alat atau mesin tersebut kepada Dinas Ketenagakerjaan setempat.

Tabel 1.1 Daftar Beberapa Klien Tetap

No	Nama Perusahaan	Wilayah
1	PT Honda Precision Parts Manufacturing	Kab. Karawang
2	PT Yasulor Indonesia	Kab. Bekasi
3	PT Nissin Manufacturing Indonesia	Kab. Bekasi
4	PT Prakarsa Alam Segar	Kota Bekasi
5	PT Reckitt Benckiser Indonesia	Kab. Bogor
6	PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk	Kab. Bogor
7	PT Akebono Brake Astra Indonesia	Kota Jakarta
8	PT Duta Semesta Mas	Kota Jakarta
9	PT Usaha Bersama Sukses	Kota Tangerang
10	PT Kerry Ingredients Indonesia	Kab. Bekasi

No	Nama Perusahaan	Wilayah
11	PT Nusa Raya Cipta	Kota Bekasi
12	PT LG Electronics Indonesia	Kab. Bekasi
13	Rumah Sakit Mitra Keluarga Cibubur	Kota Bekasi
14	PT Sliontec Ekadharna Indonesia	Kab. Bekasi
15	PT Takai Seiki Indonesia	Kab. Bekasi

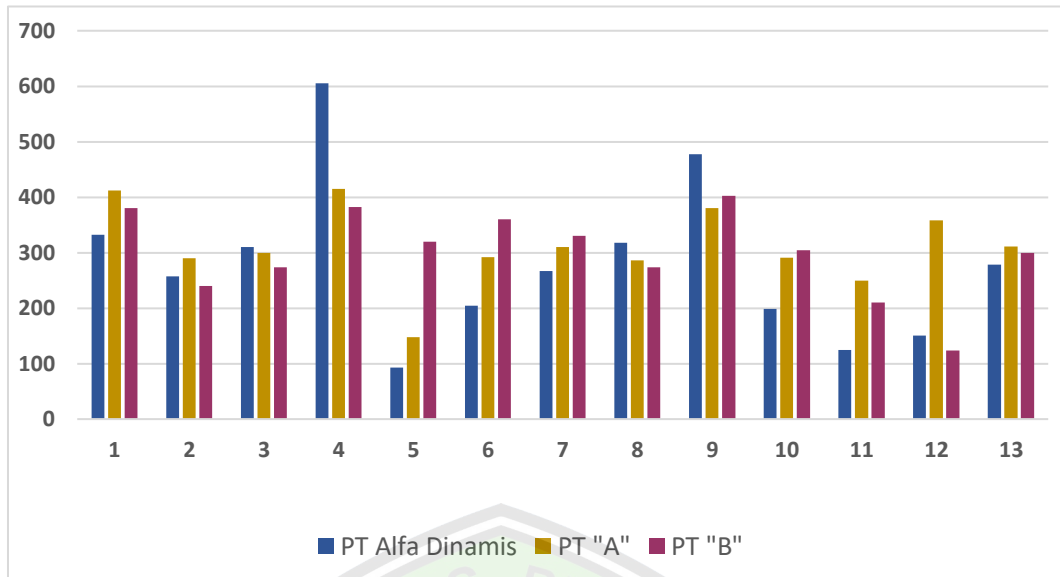
Sumber : Data Perusahaan (2021)

Pekerjaan pemeriksaan dan pengujian di berbagai perusahaan di Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Banten telah dilakukan oleh PT. Alfa Dinamis Indo Teknik. Tabel dan grafik berikut membandingkan Penjualan PT. Alfa Dinamis Indo Teknik ditahun 2021 dan perusahaan kompetitor.

Tabel 1.2 Data Penjualan Perusahaan dan Kompetitor Tahun 2021

Bulan	Jumlah Penjualan (Izin) Tahun 2021		
	PT. Alfa Dinamis	PT. "A"	PT. "B"
Januari	332	412	380
Februari	257	290	240
Maret	310	300	274
April	605	415	382
Mei	93	148	320
Juni	204	292	360
Juli	267	310	330
Agustus	318	286	274
September	477	380	402
Oktober	199	291	304
November	125	250	210
Desember	151	358	124
Rata-Rata	278	311	300

Sumber : Data Perusahaan dan Kompetitor (2021)



Gambar 1.1 Grafik Perbandingan Penjualan Tahun 2021

Sumber : Data Perusahaan dan Kompetitor (2021)

Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan berupa laporan hasil Pemeriksaan dan Pengujian yang dikeluarkan oleh internal perusahaan dan Surat Keterangan Laik Operasi yang diterbitkan oleh Dinas Ketenagakerjaan. Data Tabel 1.2 dan Gambar 1.1 merupakan perbandingan penjualan PT. Alfa Dinamis Indo Teknik dan perusahaan kompetitor pada tahun 2021. Hasil perbandingan rata-rata penjualan tersebut menunjukkan bahwa PT. Alfa Dinamis Indo Teknik tertinggal 8% dari PT. "B" dan 12% dari PT "A".

Perusahaan belum pernah melakukan penilaian keadaan manajemen dalam menentukan tindakan atau aktivitas pemasarannya sejak didirikan pada tahun 2017. Metode penelitian SWOT dan QSPM dapat membantu perusahaan memetakan faktor-faktor yang dapat membantu mencapai tujuan dan mengklasifikasikan hambatan mana yang mendominasi atau harus diminimalisir untuk memperoleh hasil yang akurat. Hasil penelitian ini akan digunakan oleh perusahaan di masa mendatang untuk mengembangkan strategi pemasarannya. Selain itu, perusahaan dapat memiliki pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap keadaan manajemennya.

Strategi pemasaran yang berhasil akan memberi perusahaan keunggulan kompetitif dalam memenuhi permintaan konsumen industri. Dan memungkinkan para pelaku bisnis untuk bersaing lebih kompetitif guna membangun dan

mengembangkan bisnisnya menjadi lebih baik. Dalam penerapan strategi pemasaran ini, pelaku bisnis harus teliti dalam menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada.

Metode SWOT (*strength, weakness, opportunities and threats*) dapat dipergunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari sebuah usaha atau bisnis. Analisis SWOT merupakan teknik perencanaan strategis yang dapat digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman proyek atau perusahaan dengan mempelajari dan mengklasifikasikan berbagai aspek yang berdampak pada keempat faktor tersebut. (Erwin Suryatama, 2014)

Analisis SWOT yang baik akan memperkuat keunggulan kompetitif perusahaan, mengatasi kekurangan, memanfaatkan peluangnya, dan mengurangi ancaman yang mungkin akan dihadapi perusahaan. Dari hasil analisis SWOT yang didapat, kemudian dilanjutkan dengan penggunaan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Analisis QSPM (*Quantitative Strategic planning Matrix*) merupakan instrumen pengukuran secara obyektif sesuai faktor keberhasilan internal dan eksternal yang telah dianalisis sebelumnya. (David, 2010).

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah, antara lain :

1. Perusahaan belum menganalisis secara berkala terhadap penambahan klien tetap.
2. Penjualan izin rata-rata perbulan tertinggal dari dua perusahaan kompetitor.
3. Perusahaan belum melakukan penilaian keadaan manajemen dalam menentukan aktivitas pemasarannya.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana meningkatkan penjualan jasa di PT. Alfa Dinamis Indo Teknik menggunakan metode SWOT?
2. Strategi pemasaran apa yang harus diprioritaskan oleh PT. Alfa Dinamis Indo Teknik menurut metode QSPM agar dapat bersaing dan berkembang?

1.4. Batasan Masalah

Supaya didapatkan arah yang lebih jelas dan tidak meluas dari materi penelitian, maka masalah diberi batasan sebagai berikut :

1. Variabel yang digunakan pada penelitian ini ialah strategi pemasaran.
2. Penelitian menggunakan metode SWOT dan QSPM.
3. Informan yang mewakili ialah pemilik perusahaan.
4. Penelitian berfokus pada penjualan di Pulau Jawa.

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dilakukan PT. Alfa Dinamis Indo Teknik dalam meningkatkan penjualan jasa menggunakan metode SWOT.
2. Untuk mengetahui prioritas strategi pemasaran yang dilakukan PT. Alfa Dinamis Indo Teknik agar mampu berkembang secara berkelanjutan menggunakan metode QSPM

1.6. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian tersebut, peneliti berharap dapat memberikan manfaat yang bermanfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut:

1. Bagi Universitas
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam memahami kondisi usahanya dan dapat menerapkan strategi pemasaran dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan penelitian berkelanjutan oleh pihak-pihak lain yang membutuhkan

1.7. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian bertempat di PT. Alfa Dinamis Indo Teknik, Grand Galaxy City Ruko Rose Garden Blok. RRG 5 No. 101 Bekasi Selatan - Kota Bekasi. Penelitian dilakukan pada rentang bulan Januari – Desember 2021.

1.8. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan beberapa metode dalam penyusunan skripsi ini, sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan menggunakan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap proses kerja dan pemasaran perusahaan.

2. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yang terdiri dari karyawan dan pic perusahaan untuk mendapatkan data penilaian.

3. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan secara terbuka dengan bertemu dan melakukan wawancara dengan pemilik, karyawan dan konsumen perusahaan.

4. Metode Pustaka

Buku, jurnal, serta sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan topik yang dibahas menjadi bahan referensi teoritis dalam penyusunan skripsi ini

1.9. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk memudahkan penyusunan skripsi dengan berbagai metode dan format. Ini dilakukan agar pembahasan lebih sistematis dan spesifik sesuai dengan topik. Penelitian ini terdiri dari 5 bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan dijelaskan dalam isi bab ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Penjelasan tentang teori-teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian dijelaskan dalam bab ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Penjabaran terkait metode apa yang digunakan terkait penelitian.

BAB IV ANALIS DATA DAN PEMBAHASAN

Inti permasalahan yang berhubungan dengan strategi pemasaran perusahaan dianalisis dan dibahas dalam bab ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjabarkan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian.

