

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Eskalator adalah salah satu transportasi vertikal berupa konveyor untuk mengangkut orang, yang terdiri dari tangga terpisah yang dapat bergerak ke atas dan ke bawah mengikuti jalur yang berupa rail atau rantai yang digerakkan oleh motor. Karena digerakkan oleh motor listrik, tangga berjalan ini dirancang untuk mengangkut orang dari atas ke bawah atau sebaliknya. Eskalator biasanya digunakan untuk mengangkut pejalan kaki pada jarak yang pendek dimana penggunaan elevator tidak praktis. Pemakaiannya terutama pada daerah pusat perbelanjaan, bandara, sistem transit, pusat konvensi, hotel, dan fasilitas umum lainnya.

Menghadapi kondisi persaingan yang semakin ketat ini setiap perusahaan selalu berusaha menerapkan strategi-strategi baru agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Pihak perusahaan harus memperhatikan pemasaran produknya untuk menarik minat pelanggan agar tetap terus datang kesana. Strategi dan sistem pemasaran harus dapat digunakan sebaik-baiknya untuk mengatasi persaingan yang ada. Persaingan membuat perusahaan harus jeli dalam menentukan bauran pemasaran (marketing mix) yang digunakan.

PT.Tri Dabir Mandiri dalam hal ini merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan Escalator dan Lift di Indonesia, untuk mengetahui bagaimana cara strategi pemasaran dalam penjualan produk perusahaan tersebut serta cara dalam perhitungan harga jual Escalator dan Lift. PT. Tri Dabir Mandiri memproduksi lift dan escalator dan memiliki standar berkualitas dengan yang dapat bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan Lift dan Escalator tersebut harus semakin gencar mempromosikan produknya. Semakin sering suatu produk diperkenalkan kepada konsumen, maka konsumen merasa termotivasi untuk memiliki produk tersebut. Pesaing lift dan eskalator PT Tri Dabir Mandiri yaitu PT. Mitsubishi Jaya Elevator dan escalator (MJEE), PT. Citas Otis Elevator di Indonesia, PT. Bayu Sumber Abadi. Dapat dilihat daftar harga escalator persaingan pada tiap PT sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Daftar Harga Eskalator**

|                                                   | Lift Kg | Harga Escalator | Produk & Negara      |
|---------------------------------------------------|---------|-----------------|----------------------|
| PT. Mitshubisi Jaya Elevator dan escalator (MJEE) | 1000 kg | Rp. 600 Jt      | Mitshubisi, (Jepang) |
| PT. Citas Otis Elevator di Indonesia              | 1000 kg | Rp. 500 Jt      | Otis, (China)        |
| PT. Bayu Sumber Abadi                             | 1000 kg | Rp. 400 Jt      | Schindler, (German)  |
| PT. Tri Dabir Mandiri                             | 1000 kg | Rp. 400 Jt      | Sigma, (China)       |

Sumber : data primer diolah penulis

Terlihat dari tabel diatas dapat dilihat bahwa PT Tri Dabir Mandiri dan PT Bayu Sumber Abadi untuk harga jual escalator mempunyai harga penjualan escalator sama yaitu Rp. 400Jt dengan begitu harga yang ditawarkan oleh PT Tri Dabir Mandiri dan PT Bayu Sumber Abadi sangat terjangkau dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Biasanya konsumen memilih harga yang menurutnya lebih terjangkau serta kualitasnya baik. Maka dari itu PT Tri Dabir Mandiri bersaing dalam mendapatkan pelanggan bukan hanya memperhatikan harga penjualan tetapi juga produk, promosi, tempat sehingga dapat mempengaruhi volume penjualan. Berikut ini adalah data pelanggan PT Tri Mandiri Tahun 2016-2017 :

**Tabel 1.2 Data Pelanggan PT Tri Dabir Mandiri Tahun 2016-2017**

| Tahun | Jumlah Data Pelanggan | Nama Pelanggan Tetap                             |
|-------|-----------------------|--------------------------------------------------|
| 2016  | 24                    | 1. Andi Mall Garut 18 Unit<br>2. Brasco Puncak 2 |

|      |    |                                                                                                                                                                 |
|------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |    | Unit                                                                                                                                                            |
|      |    | 3. SKI Bogor 4 Unit                                                                                                                                             |
| 2017 | 18 | 1. Plaza Kalibata 4 Unit<br>2. Plaza Banjar Masin 4 Unit<br>3. Plaza Tarakan 2 Unit<br>4. Total Buah Bekasi 2 Unit<br>5. Mall Lampung 4 Unit<br>6. Jambi 2 Unit |

Sumber : data Pelanggan Tri Dabir Mandiri

Dari data diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 jumlah data pelanggan yaitu 18 sedangkan tahun 2016 jumlah data pelanggan 24, dapat disimpulkan bahwa PT Tri Dabir Mandiri mengalami penurunan pelanggan penurunan disebabkan dikarenakan pelanggan belum banyak yang menggunakan lift dan escalator kebanyakan pelanggan memilih menggunakan tangga, Hal ini menjadi masalah yang harus di hadapi PT. Tri Dabir Mandiri dalam mempertahankan Jumlah Pelanggan. Untuk menanggapi masalah tersebut, PT. Tri Dabir Mandiri perlu merumuskan strategi pemasaran dengan kebijakan kualitas produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan di harapkan mampu menciptakan volume penjualan.

Berdasarkan data diatas PT Tri Dabir Mandiri memiliki masalah yaitu penerunan pelanggan. Namum harga penjualan escalator yang ditawarkan sangatlah terjangkau dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Hal ini menjadi pertimbangan penulis mengapa PT Tri Dabir Mandiri mengalami penurunan pelanggan sendangkan harga yang ditawarkan terjangkau. Untuk penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Lift dan Eskalator Pada PT. Tri Dabir Mandiri”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengidentifikasi rumusahan masalah sebagai berikut :

1. Apakah produk berpengaruh terhadap volume penjualan Lift dan Escalator?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap volume penjualan Lift dan Escalator?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap volume penjualan Lift dan Escalator?
4. Apakah tempat berpengaruh terhadap volume penjualan Lift dan Escalator?
5. Apakah produk, promosi, harga, & tempat secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan Lift dan Escalator ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah dapat menghasilkan sebuah cara kerja sistem kontrol lift dan escalator yang lebih baik dalam menyelesaikan permintaan-permintaan yang ada, sehingga penggunaan lift dan escalator bisa dioptimalkan.

1. Untuk mengetahui produkberpengaruh terhadap volume penjualan Lift dan Escalator
2. Untuk mengetahui promosiberpengaruh terhadap volume penjualan Lift dan Escalator
3. Untuk mengetahui hargaberpengaruh terhadap volume penjualan Lift dan Escalator
4. Untuk mengetahui tempatberpengaruh terhadap volume penjualan Lift dan Escalator
5. Untuk mengetahui produk, promosi, harga, & tempat secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan Lift dan Escalator

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sebagai penerapan ilmu yang telah dipelajari sewaktu perkuliahan dalam bidang pemasaran khususnya mengenai perhitungan harga pokok sertas strategi pemasaran dalam penjualan produk tersebut.

### **1.5 Batasan Masalah**

Dalam pembahasan perencanaan ini, saya memberikan batasan masalah untuk lebih memfokuskan isi laporan sebagai berikut :

1. Perhitungan komponen – komponen utama dalam penjualan Lift dan Escalator.
2. Mengalisis strategi pemasaran dalam penjualan produk lift dan escalator pada perusahaan.
3. Pengamatan suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati objek yang diteliti secara langsung pada perusahaan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Secara sistematis pembahasan penelitian dalam penulisan proposal skripsi ini dapat di urai sebagai berikut :

### **BAB I : Pendahuluan**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang dari permasalahan proposal skripsi ini, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan.

### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Dalam bab ini di bahas mengenai teori dari kualitas pelayanan, harga, dan juga kepuasan pelanggan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan juga hipotesis.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Dalam bab ini menguraikan objek dan subjek penelitian, tempat/ lokasi, jadwal atau waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis data, pengumpulan data, dan metode analisis data.

### **BAB IV : Analisis dan Pembahasan**

Dalam bab ini peneliti menjabarkan mengenai profil perusahaan PT. Tri Dabir Mandiri, hasil analisis data, dan pembahasan hasil analisis.

### **BAB V : Penutup**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan implikasi manajerial yang terkait dalam skripsi yang peneliti buat