

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Persaingan bisnis pada saat ini merupakan hal yang tidak bisa dihindarkan dalam dunia industri produk maupun industri jasa. Peningkatan jumlah perusahaan-perusahaan industri produk atau jasa memberi dampak persaingan yang tinggi terhadap industri tersebut. Untuk menghadapi persaingan ini, perusahaan harus memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada.

Strategi pemasaran adalah salah satu alat yang mampu menciptakan keunggulan bersaing. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang baik untuk terus meningkatkan penjualan dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Strategi pemasaran yang baik dapat meningkatkan penjualan dan bahkan bisa menguasai pasar yang ada. Strategi pemasaran yang tidak tepat dapat berakibat pada penurunan penjualan sehingga profit yang didapat berkurang. Pemasaran juga merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, untuk berkembang dan mendapatkan tujuan dari perusahaan.

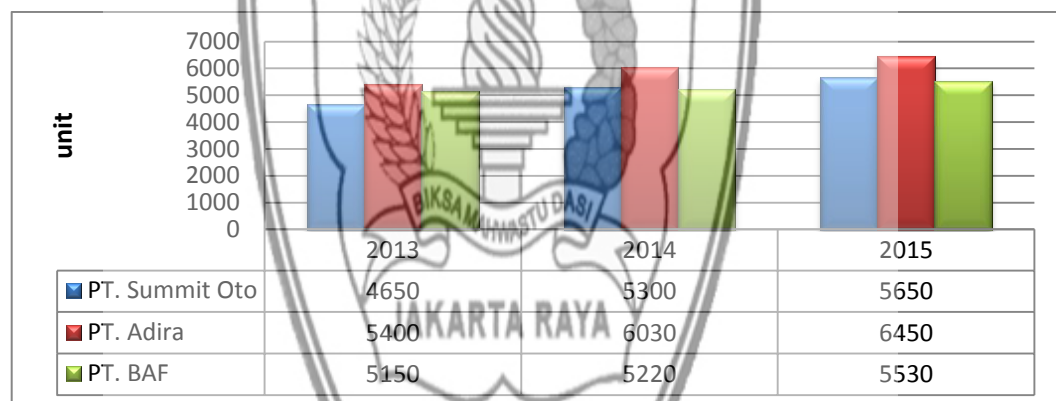
Metode SWOT adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis keunggulan dan kelemahan suatu perusahaan, khususnya pada bidang pemasaran. Analisis SWOT adalah analisis terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang/kesempatan (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki dan dihadapi oleh perusahaan. Analisis SWOT timbul secara langsung atau tidak langsung karena adanya persaingan yang datang dari perusahaan lain yang memproduksi barang dan jasa sejenis dengan produk perusahaan. Hal ini membuat perusahaan harus menetapkan strategi untuk memenangkan persaingan di pasar.

PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pembiayaan kredit sepeda motor. Merek yang dibiayai diantaranya Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki. Penjualan PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 masih di bawah penjualan pesaing. Berikut pada Tabel 1.1 ditunjukkan data penjualan sepeda motor secara kredit untuk PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 dan kedua pesaingnya.

**Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Secara Kredit
Tahun 2013 – 2015**

| No | Nama perusahaan | Tahun | | |
|----|-------------------------|-------|-------|-------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 |
| 1 | PT. Summit Oto | 4.650 | 5.300 | 5.650 |
| 2 | PT. Adira | 5.400 | 6.030 | 6.450 |
| 3 | PT. Bussan Auto Finance | 5.150 | 5.220 | 5.530 |

Sumber : PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 tahun (2015).



Gambar 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Secara Kredit Tahun 2013 – 2015

Sumber: PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 (2015).

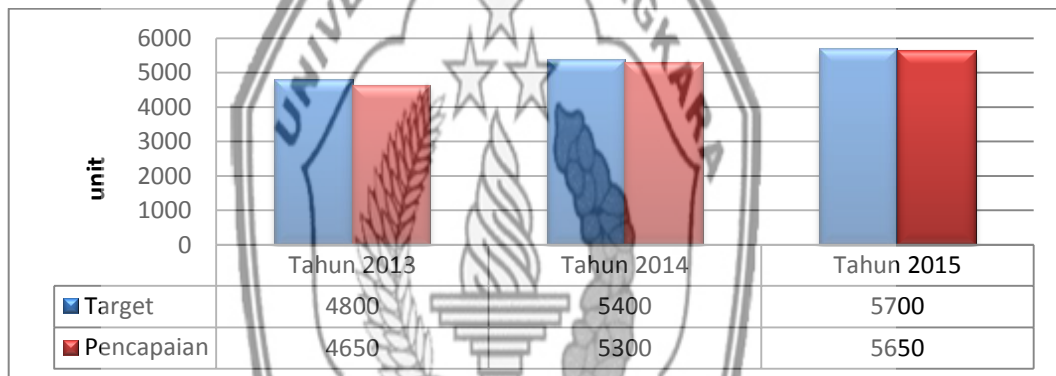
Pada Gambar 1.1 dapat dilihat penjualan sepeda motor dengan cara kredit pada tiga tahun terakhir di 3 perusahaan berbeda. Dalam data penjualan ini ditunjukkan PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 mendapatkan persaingan yang kuat dari perusahaan pesaing. Untuk bertahan dalam persaingan dapat dilakukan dengan cara mengoptimalkan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 baik yang dari dalam ataupun dari luar perusahaan.

Data penjualan sepeda motor PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 selama 3 tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1.2 di bawah ini.

Tabel 1.2 Data penjualan PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 Tahun 2013 – 2015

| Tahun | Target Penjualan | Aktual Pencapaian (Unit) |
|-------|------------------|--------------------------|
| 2013 | 4,800 | 4,650 |
| 2014 | 5,400 | 5,300 |
| 2015 | 5,700 | 5,650 |

Sumber : PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 tahun (2015).



Gambar 1.2 Data Penjualan PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 Tahun 2013 – 2015.

Sumber : PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 tahun (2015).

Pada Gambar 1.2 terlihat bahwa target penjualan kredit PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 selama 3 tahun terakhir tidak mencapai target penjualan yang sudah ditentukan oleh manajemen. Oleh karena itu harus didapatkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan metode SWOT.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan di atas dapat diidentifikasi masalah yaitu tidak tercapainya target penjualan PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 selama 3 tahun terakhir.

1.3. Rumusan Masalah

Strategi pemasaran apa yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 dengan menggunakan metode SWOT?

1.4. Batasan Masalah

Untuk mencegah terlalu luasnya materi dari penelitian, maka diperlukan suatu batasan masalah. Batasan masalah penelitian adalah:

1. Penelitian hanya pada analisis strategi pemasaran.
2. Penelitian dilakukan dengan metode SWOT.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 dengan metode SWOT.

1.6. Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah manfaat yang ingin dituju dalam penelitian ini:

1. Sebagai masukan dan penambah wawasan bagi peneliti dalam menentukan strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT.
2. Sebagai masukan bagi PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 dan perusahaan sejenis dalam menerapkan strategi pemasaran.

1.7. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di PT. Summit Oto Finance Cabang Cikarang 02 yang berlokasi di Jl. Celebration Boulevard Kav. AA 12 No. 26-28 Perumahan Grand Wisata, Lambang Sari, Tambun Selatan-Bekasi. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2015 sampai dengan Maret 2016.

1.8. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa metode yang digunakan yaitu jenis data yang terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara dan kuisioner. Metode analisis data yang terdiri

dari matriks evaluasi faktor internal (*Internal Factors Evaluation-IFE*), matriks evaluasi faktor eksternal (*External Factors Evaluation-EFE*), diagram SWOT dan matriks SWOT.

1.9. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan pengantar terhadap masalah yang akan dibahas, seperti latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori-teori yang melandasi penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan cara pelaksanaan kegiatan penelitian, mencakup cara pengumpulan data, dan cara analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang pengumpulan data, analisis data dan pembahasan data untuk mendapatkan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari temuan pada analisis dan pembahasan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisikan daftar sumber referensi yang valid dalam penyusunan penelitian.