

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Baru-baru ini ada lebih banyak persaingan di dunia bisnis dan sejumlah perusahaan telah muncul, baik yang terlibat dalam layanan pembelian maupun yang bergerak di bidang manufaktur. Agar bisnis dapat melanjutkan aktivitasnya, mereka perlu mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang baik. Perusahaan dapat melakukannya dengan memiliki strategi pemasaran yang tepat yang memungkinkannya mencapai pertumbuhan penjualan produknya serta memuaskan konsumen yang menggunakan produk tersebut. (Putra F et al., 2021)

Untuk mempertahankan bisnis, pemasaran memainkan peran penting. Untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan dan mampu bersaing dengan para pesaingnya, diperlukan proses manajemen yang baik. Strategi pemasaran dan bauran pemasaran adalah salah satu elemen terpenting dalam periklanan. Agar pemilihan segmentasi, penargetan pasar dan positioning pasar tepat maka perlu adanya strategi pemasaran. Untuk mencapai tujuan produk yang diinginkan, Strategi Pemasaran Produk didasarkan pada proses sosial dan manajerial yang dilakukan individu atau kelompok untuk mencapai strategi tertentu. Strategi pemasaran yang optimal untuk produk. Laba penjualan yang diharapkan oleh perusahaan juga akan berdampak baik pada pengendalian strategi pemasaran yang baik.

Kepuasan pelanggan terhadap pemasangan internet ratmono group berdasarkan kualitas pelayanan, harga dan promosi di kabupaten bekasi adalah salah satu di bidang industri telekomunikasi yang sangat digemari oleh banyaknya konsumen. Pelayanan internet untuk konsumen kepuasan pelanggan mempengaruhi perilaku pemakaian jasa, dimana pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan yang loyal, namun pelanggan yang loyal tidak perlu puas. Internet telah mengalami berbagai perubahan yang mampu meningkatkan fungsi asli sebagai alat penyebaran informasi secara global, dan dalam perkembangan dunia usaha saat ini, internet mampu diarahkan sebagai sarana peningkatan perekonomian melalui media 4 yang disebut *e-commerce*. Yaitu ada website media utama, mobile app aplikasi seluler, social media dan *market place* setiap jenis media ini memiliki

keunggulan dan kekurangan. Sistem komputerisasi bisnis online di internet memberi kesempatan dan kemudahan bagi perusahaan untuk menjadikan internet sebagai media alternatif yang mampu memberikan pelayanan informasi yang dibutuhkan maupun layanan penjualan online yang dibutuhkan konsumen internet baik berupa layanan produk jasa maupun barang kebutuhan konsumen hanya dengan memanfaatkan seperangkat komputer yang didukung oleh jaringan telepon yang tersambung dengan internet.

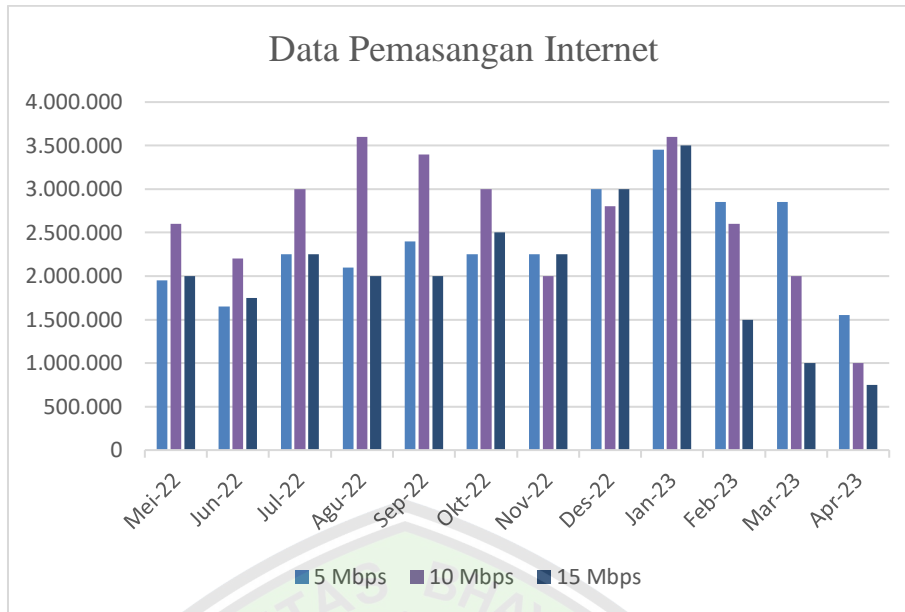
Pemasangan internet ratmono group tersebut memiliki harga yang lebih terjangkau, kualitas internet yang baik dibandingkan provider dari pada yang lain. Seiring dengan perkembangan zaman, banyak sekali provider lain namun layanan digital yang menyediakan Internet dengan beragam pilihan paket serta layanan tambahan yang bisa dipilih sesuai kebutuhan Anda. Saat ini, jaringan “ratmono group” sudah tersebar di seluruh wilayah kabupaten bekasi, khususnya di desa mekarsari dan terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan internet yang lebih baik bagi masyarakat, kesuksesan bisnis baru-baru ini telah menyebabkan meningkatnya persaingan di bidang telekomunikasi. Dalam hal ini, agar produsen dapat bersaing lebih kompetitif dan mempertahankan kelangsungan usahanya dengan lebih baik dan lebih maju, diperlukan investasi strategis yang tepat. Strategi perusahaan merupakan faktor terpenting dalam menentukan lanjut atau tidaknya suatu usaha. Selain pemilihan strategi yang pertama dalam pengenalan usaha perlu juga dilakukan pengembangan pada strategi yang sudah ada. Dalam menentukan strategi bisnis, perhatian harus diberikan pada faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (metode SWOT).

Berdasarkan data tabel 1.1 di bawah menunjukkan data pemasangan internet pada periode Mei 2022 sampai April 2023 data tertinggi pada bulan Desember 2022 sedangkan satu tahun terakhir mengalami penurunan mulai terjadi pada bulan Oktober 2022 sampai April 2023 terkecil ada bulan Oktober dikarenakan sepi peminat disebabkan oleh pesaing provider baru bermunculan. Berikut dibawah ini gambar grafik 1.1 data pemasangan internet Ratmono Group di bulan Mei 2022 sampai April 2023 dan ada penurunan target di setiap bulannya terutama di bulan Oktober dan April melakukan promosi besar dengan *branding* yang cukup baik seperti contohnya “indihome dan my republic”.

Tabel 1. 1 Jumlah Data Pemasangan Internet Ratmono Group Periode 2022-2023

Bulan	Aktual Data Pemasangan <i>Internet</i>								
	5 Mbps	Target Penjualan	Selisih	10 Mbps	Target Penjualan	Selisih	15 Mbps	Target Penjualan	Selisih
Mei2022	1.950.000	8.000.000	-6.050.000	2.600.000	8.000.000	-5.400.000	2.000.000	8.000.000	-6.000.00
Juni2022	1.650.000	8.000.000	-6.350.000	2.200.000	8.000.000	-5.800.000	1.750.000	8.000.000	-6.250.000
Juli2022	2.250.000	8.000.000	-5.750.000	3.000.000	8.000.000	-5.000.000	2.250.000	8.000.000	-5.750.000
Agustus2022	2.100.000	8.000.000	-5.900.000	3.600.000	8.000.000	-4.400.000	2.000.000	8.000.000	-6.000.000
September2022	2.400.000	8.000.000	-5.600.000	3.400.000	8.000.000	-4.600.000	2.000.000	8.000.000	-5.000.000
Oktober2022	2.250.000	8.000.000	-5.750.000	3.000.000	8.000.000	-5.000.000	2.500.000	8.000.000	-5.750.000
November2022	2.250.000	8.000.000	-5.750.000	2.000.000	8.000.000	-6.000.000	2.250.000	8.000.000	-5.750.000
Desmber2022	3.000.000	8.000.000	-5.000.000	2.800.000	8.000.000	-5.200.000	3.000.000	8.000.000	-5.000.000
Januari2023	3.450.000	8.000.000	-4.550.000	3.600.000	8.000.000	-4.400.000	3.500.000	8.000.000	-4.500.000
Februari2023	2.850.000	8.000.000	-5.150.000	2.600.000	8.000.000	-5.400.000	1.500.000	8.000.000	-6.450.000
Maret2023	2.850.000	8.000.000	-5.150.000	2.000.000	8.000.000	-6.000.000	1.000.000	8.000.000	-7.000.000
April 2023	1.550.000	8.000.000	-6.450.000	1.000.000	8.000.000	-7.000.000	750.000	8.000.000	-7.250.000

Sumber: Marketing CV. Ratmono Group (2024)



Gambar 1. 1 Grafik Pemasangan Internet  
Sumber: Marketing CV. Ratmono Group (2024)



Gambar 1. 2 Grafik Pendapatan Pada CV. Ratmono Group  
Sumber: Marketing CV. Ratmono Group (2024)

Gambar 1.2 dijelaskan grafik di atas dari pendapatan perbulan dari mei 2022 sampai april 2023. didapatkan pendapatan tertinggi di bulan Desember – Januari.

CV. Ratmono Group yakni salah satu Provider *internet* yang banyak diminati oleh pelanggan di daerah kabupaten bekasi. Dengan kualitas jaringan yang cukup

baik dan pelayanan terhadap keluhan konsumen itu *point* utama dari perusahaan tersebut. mereka melangsungkan usaha tersebut yang sudah berjalan hampir 8 tahun dengan nama usaha tersebut Ratmono Group sudah berdiri sejak 2016.

Tabel 1. 2 Jenis Harga Kecepatan Internet

Jenis Harga Kecepatan <i>Internet</i>				
No	Jenis kecepatan	Pesaing A	Pesaing B	Ratmono Group
1	5 Mbps	Rp. 145.000	Rp. 165.000	Rp.150.000
2	10 Mbps	Rp. 190.000	Rp. 250.000	Rp. 200.000
3	15 Mbps	Rp. 245.000	Rp. 300.000	Rp. 250.000

Sumber: Marketing CV. Ratmono *Group* (2024)

Dari data di atas menjelaskan setiap pesaing memiliki perbedaan pada harga yang berbeda beda. Pesaing A dan Ratmono Group memiliki harga yang relatif murah dibanding dengan pesaing B dan dikarenakan pesaing B memiliki nama yang cukup besar dan cukup dikenal orang banyak seperti dibandingkan dua pesaing lainnya.

Dalam pemasangan *internet* tersebut menggunakan pemasaran dengan marketing dengan cara *word of mouth* dan menggunakan media google maps saja untuk memasarkan produknya, yang dilakukan oleh pemilik CV. tersebut langsung dan para pelanggan atau konsumen memberikan informasi produk *Internet* Ratmono Group pada yang lain.

Dengan memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah di karenakan setiap konsumen memiliki karakteristik yang berbeda beda. Perbedaan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu individu itu sendiri maupun faktor lingkungannya yang mempengaruhinya. Perbedaan ini mempengaruhi minat dan konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih produk yang berbeda atau yang diinginkan.

Untuk hal ini diperlukan metode SWOT (*Strengths, Weakness, Oppurtunities, Threats*). Dalam hal ini yang di maksud *Strengths* adalah (kekuatan) dari produk untuk konsumen, *Weaknesses* (kelemahan) di maksudkan yaitu kelemahan dari produk yang dihasilkan untuk konsumen, *Oppurtunities* (peluang) dimana produk yang dihasilkan bisa dipasarkan ketika di tuhkan pelanggan atau konsumen, *Threats* (ancaman) untuk hal ini pihak CV. dapat melihat ancaman yang akan datang.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam objek penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Jumlah pemasangan tidak tercapai dibandingkan dengan target yang sudah ditentukan.
2. Terjadi penurunan serta tidak stabilnya omzet pemasangan internet setiap bulannya.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Untuk meningkatkan hasil dari penjualan terlebih pada pemasangan internet, Maka dari itu penulis dapat mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi dari target pemasangan?
2. Bagaimana merencanakan strategi pemasaran untuk meningkatkan pemasangan dengan metode SWOT dan QSPM?

## **1.4 Batasan Masalah**

Agar pembahasan masalah bisa lebih terarah pada sasaran, penulis memberikan batasan-batasan di antaranya:

1. Lokasi objek penelitian hanya dilakukan di kelurahan mekarsari.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada identifikasi pemasangan internet yang masih sangat jauh dari target pemasangan bulanan yang ditetapkan.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Dalam hal ini tujuan penelitian yang ingin dicapai diantaranya:

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi target pemasangan internet yang ada di kelurahan mekarsari.
2. Mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan pemasangan internet dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

### 1. Manfaat teoritis

Berdasarkan dengan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi penelitian-penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan bidang manajemen sumber daya manusia pada umumnya.

### 2. Manfaat praktis

#### a. Bagi penulis

Agar dapat menambah pemahaman mengenai hal-hal apa saja yang berhubungan dengan teori motivasi dan disiplin dalam bekerja.

#### b. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan serta pertimbangan dalam melakukan perbaikan atau peningkatan penjualan produk.

#### c. Bagi Universitas

Untuk menambah perbendaharaan perpustakaan yang berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagai perbandingan bagi mahasiswa yang akan datang.

## 1.7 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada CV. Ratmono Group yang saat ini berlokasi di Jalan Teratai Raya Blok B8/10 RT003/009, Mekarsari, Kec. Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17510 dari tanggal 01 Mei 2022 sampai 01 April 2023

## 1.8 Sistematis Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dan fakta yang lengkap, relevan, dan objektif. Metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

a. Pengamatan (*Observasi*)

Kegiatan pengamatan lapangan secara langsung pada objek penelitian untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Dalam hal ini penelitian mengamati keadaan cv ratmono *group* pada pemasangan *internet* di permasarannya.

b. Wawancara (*Interview*)

Kegiatan tanya jawab yang dilakukan secara langsung kepada pihak yang terkait, seperti pemilik toko atau penjaga toko, pembeli.

c. Studi Pustaka

Melakukan penelitian yang disertai landasan teori dari laporan skripsi ini dengan membaca jurnal, dan referensi buku-buku dari semua penulis yang berkaitan dengan judul laporan skripsi.

## 1.9 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini, terdapat sistematika penulisan yang tersusun atas:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, waktu dan tempat, teknik pengumpulan data dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini mengemukakan tentang landasan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai penunjang untuk mengolah, menganalisa dari data data yang diperoleh.

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini merupakan penjelasan secara garis besar tentang metode penelitian ini sebagai penunjang untuk mengolah serta menganalisa dari data yang diperoleh

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan data-data yang dipcroleh dari perusahaan yang selanjutnya diolah sesuai dengan materi dan metode yang digunakan, serta menyajikan pembahasan dan analisa sesuai dengan teori-teori pembahasan

untuk menyelesaikan masalah yang ada.

## **BAB V PENUTUP**

Berisi kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisa yang telah dilakukan oleh penulis dan beberapa saran untuk penanggulangan masalah tersebut.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Dalam bab ini memuat berbagai referensi buku yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini. Daftar referenensi ini dianggap valid sebagai sumber landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini.

## **LAMPIRAN**

