

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sejalan dengan perkembangan zaman yang berubah dengan cepat berdampak pula perkembangan ekonomi dan teknologi dan sosial budaya sebagai akibat dari arus perubahan global yang mendorong transformasi pada seluruh aspek perilaku konsumen dan pemenuhan kebutuhannya yang terus berkembang. Salah satunya semakin berkembangnya dunia usaha di segala bidang. Bagi Negara Indonesia yang saat ini sedang berkembang, hal tersebut menjadi pendorong agar mampu menjalankan roda perekonomian sehingga tidak tertinggal dengan negara lain.

Sebagaimana diketahui bahwa keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang selalu mengalami perubahan yang terjadi setiap saat dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Karena itu perusahaan harus cermat menyikapi resiko-resiko yang akan dihadapi dalam perkembangan usaha dimana perusahaan harus mampu menekan resiko serendah mungkin agar terhindar dari bencana kebangkrutan. Karena pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya, perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran.

Pemasaran berawal dari kebutuhan dan keinginan manusia. Manusia membutuhkan kebutuhan transportasi agar dapat melangsungkan hidupnya. Setelah kebutuhan, manusia akan mencukupi keinginannya. Adanya kebutuhan dan keinginan manusia menimbulkan konsep produk, yaitu sesuatu yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang. Pemasaran adalah salah satu faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan. Perusahaan dengan penjualan bisnis pasti memiliki pemasaran yang hebat dan terencana. Pemasaran juga memiliki faktor penting dalam memenuhi kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial, untuk itu kegiatan pemasaran harus memberi kepuasan kepada konsumen. Perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen harus menyusun kebijakan produk, harga, promosi dan distribusi yang tepat sesuai dengan konsumen sarannya. Hal ini dikarenakan perkembangan bisnis belakangan ini semakin lama semakin menonjol akan kompleksitas, persaingan, perubahan dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antara perusahaan.

Oleh karena itu strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan umumnya dan pada bidang pemasaran khususnya. Strategi yang digunakan pada sebuah perusahaan sebagai cara untuk memperoleh daya saing dan keunggulan kompetitif untuk menghasilkan keuntungan di atas rata-rata secara terus menerus dimasa yang akan datang, dalam hal ini melalui penjualan. Konsep dasar dari strategi ialah rencana berskala yang berorientasi masa depan, untuk berinteraksi dengan kondisi persaingan, demi pengetahuan perusahaan mengenai bagaimana, kapan, dan dimana perusahaan

akan bersaing ,dengan siapa perusahaan sebaiknya bersaing dan untuk tujuan apa perusahaan harus bersaing.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau paduan pada beberapa sasaran pasar, maka dibutuhkan strategi pemasaran yang efektif

Karena dengan adanya strategi pemasaran yang efektif dan tepat sasaran maka dapat membuat bisnis berjalan sesuai dengan target yang telah ditentukan. Dengan strategi pemasaran yang apik pula dapat menarik minat konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya maka perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor dimana faktor tersebut tentunya akan mempengaruhi volume penjualan. Dalam upaya memasarkan produk perusahaan memerlukan biaya yang tidak sedikit. Oleh sebab itu perusahaan perlu memperhatikan terhadap pengendalian biaya yang cukup besar. Maka perusahaan harus memiliki cara yang lebih efisien dan efektif dalam penggunaan biaya, salah satunya dengan mengadakan kontrol keuangan perusahaan baik pengeluaran maupun pemasukan yang diterima perusahaan.

Kreativitas dan inovasi pun diperlukan agar dapat meminimalisir hambatan yang dapat terjadi saat strategi yang telah dibuat sedang dilakukan. Kreativitas dan

inovasi juga dapat berguna agar perusahaan dapat terus maju dan berkembang. Itu sebabnya perlu diadakan latihan bagi para karyawan perusahaan agar dapat terus berkreasi dan berkarya sehingga dapat menciptakan metode-metode yang baru dalam melaksanakan pemasaran agar mampu menarik minat konsumen.

Dalam menentukan bidang usaha, pelaku bisnis dituntut dapat melakukan analisis yang menguntungkan kegiatan bisnisnya. Analisis SWOT (*strength, weaknesses, opportunities, threats*) dapat membantu para pelaku bisnis untuk menganalisa bagaimana strategi bisnisnya harus dijalankan. Analisa SWOT adalah Identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Pelaku bisnis harus dapat menentukan *strength* atau kekuatan agar dapat dijadikan kunci dalam menjalankan bisnisnya, *weaknesses* atau kelemahan adalah hal yang harus diwaspadai pelaku bisnis agar tidak mudah terbaca oleh para pesaing. Setiap kegiatan bisnis pasti memiliki kelemahan dan hal inilah yang harus diminimalisir agar tidak menjadi halangan dikemudian hari, bagi para pelaku bisnis juga akan memiliki peluang atau *opportunities* dalam usahanya. Jika peluang tersebut diadapat maka pelaku bisnis dapat segera memanfaatkan peluang tersebut untuk menarik minat konsumen ke pesaing yang ada disekitar lokasi kegiatan bisnis. Dan *threats* atau ancaman adalah suatu hambatan yang berasal dari faktor eksternal perusahaan, hal ini perlu di perhatikan agar kedepannya mampu diatasi ataupun dicegah.

Untuk meneliti strategi yang dilakukan dan untuk mencapai pada kesimpulan SWOT pada penulisan ini maka penulis menggunakan dasar-dasar strategi pemasaran, yaitu bauran pemasaran. Yang berguna untuk meneliti mana unsur yang menjadi tolak ukur dan kekuatan pada perusahaan tersebut.

Bauran pemasaran merupakan perangkat/ alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses (Rambat Lupiyoadi, 2013: 92).

Salah satu sektor usaha yang paling diminati oleh konsumen adalah usaha yang bergerak pada sektor jasa transportasi. Pada penelitian ini peneliti akan meneliti usaha pada bidang transportasi, yaitu *Trans and Port*. *Transport* memiliki arti perjalanan, karena *Trans and Port* merupakan usaha dalam kebutuhan maka konsumen akan memilih suatu produk yang dapat memenuhi harapannya. Dalam pemasaran *Trans and port* konsumen merupakan pihak yang memberikan penilaian terhadap kualitas produk yang konsumen pesan. Konsumen menilai dengan membandingkan apa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Suatu perusahaan dapat meraih reputasi yang baik apabila kualitas produknya senantiasa memenuhi harapan konsumen. Dalam penelitian ini adalah “PO Harapan Jaya Tulungagung” yang merupakan salah satu usaha di bidang *Trans and port*, lebih spesifiknya usaha dibidang jasa transportasi, yang akan menjadi objek penelitian ini. Peneliti memilih PO Harapan Jaya sebagai objek penelitian karena tertarik dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PO Harapan Jaya. Selain itu dizaman yang serba instan ini, dimana konsumen tidak perlu berpindah tempat

untuk memesan tiket, namun PO Harapan Jaya Tulungagung ini tetap mampu untuk menarik konsumen transportasi untuk menggunakan jasa bus untuk melakukan transaksi di PO Harapan Jaya Tulungagung. Hal ini dapat dilihat berdasarkan jumlah transaksi pada PO Harapan Jaya Tulungagung. Berikut peneliti sajikan data jumlah transaksi PO Harapan Jaya Tulungagung selama 7 bulan terakhir dalam hitungan bulan:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Transaksi pada PO Harapan Jaya Tulungagung**

**Trayek Blitar – Jakarta**

Bulan	Penjualan
Februari	Rp 7.500.000.000
Maret	Rp 7.325.000.000
April	Rp 9.130.250.000
Mei	Rp 8.206.650.000
Juni	Rp 10.048.000.000
Juli	Rp 11.800.700.000
Agustus	Rp 6.455.250.000

Sumber: PO Harapan Jaya TulungAgung tahun 2019

Berdasarkan tabel jumlah penjualan diatas, PO Harapan Jaya Tulungagung mempunyai omset yang tidak konsisten. Pada bulan Juli terjadi penjualan yang mendapat omset paling besar (11.800.700.000), tetapi di bulan berikutnya terjadi penurunan omset yang signifikan (Agustus : 6.455.250.000). Fluktuatif itu terjadi terus menerus.

Kekuatan utama dari PO Harapan Jaya adalah Kendaraan dan interior yang bagus karena armada yang masih terbilang baru dan pelayanan yang baik sehingga dipilih pengguna transportasi umum untuk dipilih sebagai transportasinya, dibandingkan dengan pesaing di sekitarnya yang memiliki armada lama dan cenderung PO Harapan Jaya lebih ramai penggunanya dari pesaingnya, service yang dilakukan secara rutin untuk keamanan dan kenyamanan pengguna jasa transportasi. Kelemahan dari PO Harapan Jaya adalah adanya pesaing bus yaitu PO Pelita Indah dan PO Bagong yang dapat ketahui sekarang PO Bagong membuka trayek Tulungagung – Surabaya dengan fasilitas AC Tarip Biasa *via* tol panjang. Untuk itu kemampuan dalam meningkatkan kepuasan konsumen guna mendapatkan omset secara terus menerus harus dilakukan karena merupakan syarat mutlak bagi suatu perusahaan khususnya PO Harapan Jaya Tulungagung. Melihat semakin banyaknya persaingan, maka PO Harapan Jaya Tulungagung perlu melakukan perbaikan dan penyusunan strategi khususnya dalam bidang pemasaran. Agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan harapan konsumen akan membeli tiket bus yang ditawarkan PO Harapan Jaya sehingga penjualan meningkat dan profit yang diharapkan dapat tercapai

Adapun strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan penjualan adalah melalui analisis SWOT yaitu suatu strategi yang digunakan perusahaan/pengusaha dengan mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), ancaman (*Threats*) dari 7p yaitu, produk yang ditawarkan, harga yang ditawarkan, tempat untuk berbisnis dan promosi yang dilakukan oleh PO Harapan Jaya Tulungagung

. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di PO Harapan Jaya Tulungagung, dengan mengambil judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan tiket PO Harapan Jaya Tulungagung”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

Dengan omset yang fluktuatif pada bulan Maret sampai Agustus 2019 . Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan tiket yang dilakukan PO Harapan Jaya Di Tulungagung yang berada di Jl. Mayor Sujadi 23A, Jepun, Kec.Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan tiket yang dilakukan PO Harapan Jaya Di Tulungagung

yang berada di Jl. Mayor Sujadi 23A, Jepun, Kec.Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya khususnya Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang meliputi analisis SWOT. Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

### **1.4.2 Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang digunakan oleh PO Harapan Jaya Tulungagung yang berada di Jl.Mayor Sujadi 23A, Jepun, Kec.Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur melalui analisis SWOT. Yang pada akhirnya sebagai masukan atau pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya, serta referensi untuk tindakan selanjutnya dalam hal ini pengambilan keputusan bisnis.