

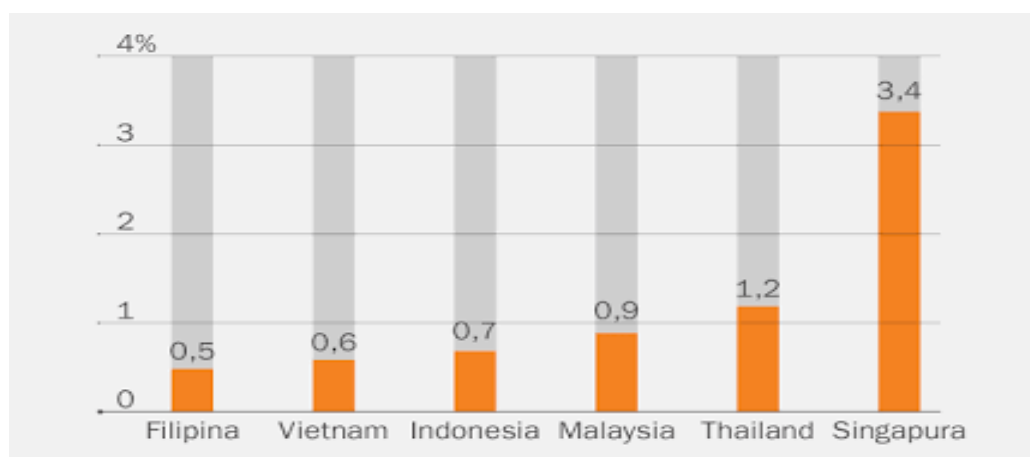
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia pernah mengalami wabah krisis moneter yang membuat beberapa faktor tertentu terpuruk diantaranya perekonomian, sosial dan budaya yang sempat runtuh dan berantakan dan resikonya menyebar ke setiap lapisan masyarakat yang ada. Dengan begitu banyak perusahaan melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang dianggap dapat menjadi solusi sehingga tidak menimbulkan kerugian yang makin membengkak bagi perusahaan sendiri. Dan sayangnya bukan hanya sekali terjadi namun 2 kali, pada tahun 1998 dan hanya berselang 10 tahun kejadian yang sama kembali menimpa pada tahun 2008. Walaupun memiliki faktor berbeda pada keduanya, jika pada tahun 1998 adalah kesalahan pada neraca pembayaran yang macet dan tidak adanya sinkronisasi sedangkan pada 2008 adalah mengenai produk derivatif, namun itu telah menunjukkan bahwa kurangnya memahami dasar manajemen dari berbagai segi (*m.detik.com*). Dengan kejadian tersebut diharapkan masyarakat Indonesia dapat ikut serta aktif dan kreatif dalam hal perekonomian dan bisa mempelajari juga memahami ilmu dari manajemen yang efektif dan efisien sehingga dengan begitu akan timbul nilai baru yang mempelajari bagaimana cara menciptakan, mempelajari, maupun menjalankannya baik itu masyarakat umum maupun para tetinggi perusahaan.

Bagi perusahaan sangat dianjurkan untuk terus mengkaji ulang hal yang perlu digunakan dan hal-hal yang berkaitan dengan manajemen, penjualan dan pemasaran *output* produk, mencari celah kelemahan dengan tidak mengabaikan kemungkinan sekecil apapun yang memungkinkan akan menjadi pengaruh terhambat atau bahkan runtuhnya suatu perusahaan dikemudian hari.



Gambar I.1
Penjualan Retail Online

Sumber : Euromonitor, 2016

Menurut Kementrian Komunikasi dan Informatika (kominfo) yang dilansir pada halaman internetnya menyatakan bahwa pada saat ini *e-commerce* (bisnis digital) sangat memfasilitasi sistem transaksi penjualan dan pemasaran yang membuat banyak perusahaan terutama pedagang online sangat diuntungkan dengan adanya ini jasa ini. Pada era digital dan *e-commerce* ini, bahkan platform *e-commerce* semakin marak dengan segmentasi yang beragam mulai dari *marketplace* hingga penyedia berbagai macam bentuk jasa. Dengan terus meningkatkan kegiatan-kegiatan pemasaran dan pemasaran dalam bidang

online diharapkan mampu meminimalkan biaya operasi yang kurang efisien, agar dapat menghemat biaya pengeluaran perusahaan.

Sebuah perusahaan akan terus dituntut untuk mampu menciptakan produk yang sesuai, lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan seperti apa yang konsumen harapkan. Dunia perindustrian sangat berperan dalam perekonomian keuangan dunia, dengan seiring bertambahnya waktu persaingan ekonomi juga bertambah pesat begitu juga dengan keadaan pemasaran yang memiliki banyak kemajuan di setiap waktunya. Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, akan memberikan dampak positif bagi perusahaan baik dalam produk barang maupun jasa. Dengan keadaan seperti ini tidak menutup kemungkinan apabila banyak dari perusahaan akan melakukan persaingan ketat dengan perusahaan yang memiliki *output* produksi sejenisnya. Karena sebuah perusahaan akan selalu dituntut untuk terus mampu dalam memproduksi dan menciptakan sebuah produk yang dapat memenuhi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, maka yang juga diperlukan oleh perusahaan adalah strategi dalam pemasaran yang baik. Dengan sebuah strategi yang matang akan menjadi sebuah jalan tersendiri bagi perusahaan mencapai *goals* yang telah ditargetkan.

Dari itu sebuah strategi sangat diperlukan dalam dunia perbisnisan maka penulis mencoba menganalisis, mengangkat dan membahas sedikit mengenai strategi yang dilakukan oleh salah satu perusahaan. Dan yang akan penulis jabarkan dalam analisis disini adalah perusahaan dari **PT. Abadi**

Kokoh Insani yang terletak di Jl. Otista Raya No.19, RT.1/RW.12, Kp. Melayu, Jatinegara, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13320. Sedangkan untuk kantor pusatnya sendiri berada di Jalan Cipinang Muara II No.30 A, Klender, Duren Sawit, Jakarta 13470. Dengan latar belakang inilah alasan mengapa penulis tertarik untuk mengangkat tulisan dengan judul tema **Analisis Strategi Bauran Pemasaran PT. Abadi Kokoh Insani**

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis sebelumnya, penulis memutuskan untuk merumuskan masalah yang mana berupa pertanyaan untuk menjelaskan masalah atau isu yang akan dibahas pada Karya Ilmiah ini dengan analisis SWOT yakni: Bagaimana strategi bauran pemasaran PT. Abadi Kokoh Insani pada saat ini?

C. Tujuan dan manfaat

1. Tujuan penulisan

Untuk mengetahui strategi bauran pemasaran seperti apa yang digunakan oleh perusahaan melalui analisis SWOT

2. Manfaat penulisan

a. Bagi Penulis :

Untuk menambahkan wawasan penulis dalam strategi bauran pemasaran

b. Bagi Perusahaan :

Memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan yang bersangkutan dalam bidang jasa konstruksi.

c. Bagi Fakultas Ekonomi :

1.) Diharapkan dapat memperoleh pengetahuan tentang analisis strategi pemasaran yang dapat memajukan pengetahuan dibidang pemasaran jasa.

2.) Berkontribusinya penulisan ini sebagai salah satu acuan terhadap pengetahuan dan teknologi dimasa depan.