

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti ini persaingan pada dunia usaha telah mengalami persaingan yang sangat ketat. Hal ini membuat para pelaku usaha berusaha untuk melakukan terobosan dan inovasi yang berkualitas bagi produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini dilakukan agar produk yang dihasilkan memiliki daya saing dan agar produk ini di sukai oleh konsumen. Banyak sekali peluang dan tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan dalam memasarkan produk di Indonesia. Walaupun terdapat beberapa peluang dalam pemasaran akan tetapi tantangan yang di hadapi juga terus mengikutinya, karena tingkat persaingan produk yang semakin ketat pada saat ini. Hal tersebut dapat mendorong setiap perusahaan untuk meningkatkan penjualan melalui kegiatan pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan, baik itu perusahaan barang maupun jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dalam persaingan pasar. Hal tersebut karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan untuk menjual produk yang ditawarkan oleh perusahaan dimana kegiatan ini secara langsung berhubungan dengan konsumen. Pada saat ini persaingan usaha yang semakin kompetitif dan bersaing karena setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian khusus pada strategi

pemasaran yang telah dijelaskannya. Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut dan juga dapat meningkatkan daya beli konsumen. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia bagi perusahaan. Salah satu masalah pokok yang menjadi kendala dalam pemasaran adalah banyaknya persaingan di dalam pasar itu sendiri baik dari produk sejenis maupun dari produk lain. Hal tersebut harus di menangkan suatu perusahaan jika ingin tetap eksis didalam persaingan bisnis. Persaingan yang semakin tajam dan perubahan-perubahan yang terus terjadi harus dapat dijadikan pelajaran oleh manajemen pemasaran agar dapat secara proaktif mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi baik masa sekarang dan yang akan datang. Kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan kepuasan yang baik dari konsumen. Dengan demikian dapat meningkatkan jumlah penjualan dan dapat menambah pendapatan perusahaan. PT.Padma Tirta Wisesa Blitar adalah perusahaan berkembang yang bergerak dalam bidang distribusi. Adapun produk yang dipasarkan adalah produk dari Nestle yaitu untuk jenis minuman seperti dancow ,nescafe ,bearbrand, milo, sedangkan untuk makanan ringan seperti koko crunch, kit kat, crunch, dan permen fox. Pada PT.Padma Tirta Wisesa permasalahan yang sering timbul adalah tidak tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan, sehingga perusahaan mengalami penurunan pendapatan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti melakukan penelitian dengan berjudul “Strategi Pemasaran Yang Tepat Dalam Rangka Memaksimalkan Pendapatan PT.Padma Tirta Wisesa Di Blitar”.

B. Permasalahan

Permasalahan yang telah dihadapi oleh PT. Padma Tirta Wisesa yaitu terjadinya penurunan pendapatan PT. Padma Tirta Wisesa yang ditimbulkan oleh penjualan produk nestle yang tidak mencapai target pada tahun 2014. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

2014	Target	Pencapaian target
Januari	4.071.048.000	4.122.778.000
Februari	4.103.438.000	3.435.771.000
Maret	4.541.853.000	3.760.938.000
April	4.070.065.000	3.692.078.000
May	4.237.995.000	3.929.187.000
Juni	4.451.636.000	4.927.515.000
S1 2014	25.476.035.000	23.868.266.000
Juli	4.316.209.000	3.623.089.000
Agustus	4.290.166.000	3.495.164.000
September	4.678.245.000	4.316.380.000
Oktober	4.318.051.000	2.671.117.000
November	4.292.226.000	2.876.341.000
Desember	4.309.578.000	3.046.044.000
S2 2014	26.204.475.000	20.028.135.000
Total 2014	51.680.510.000	43.896.401.000

Sumber : PT.Padma Tirta Wisesa Blitar

Target yang ditetapkan sebesar Rp 51.680.510.000 pada tahun 2014 tidak dapat tercapai. Perusahaan hanya mampu melakukan pencapaian penjualan sebesar Rp 43.896.401.000. target penjualan ini tidak dapat tercapai karena terjadi banyaknya persaingan, jaringan pemasaran yang kurang luas, dan produk nestle hanya dipasarkan pada outlet-outlet yang sudah ada. Berkaitan

dengan hal tersebut dalam kegiatan strategi pemasaran pada PT. Padma Tirta Wisesa, harus dilakukan dengan sebaik-baiknya, dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman pada PT. Padma Tirta Wisesa dalam meningkatkan pendapatan?
2. Strategi pemasaran apa yang tepat untuk diterapkan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan peneliti yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman pada PT. Padma Tirta Wisesa untuk meningkatkan pendapatan
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang tepat untuk diterapkan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis

penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengembangan diri bagi penulis dan penulis dapat lebih mendalami permasalahan secara teori dan strateginya dalam dunia nyata yang sesungguhnya.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang positif dan membangun yang dapat diterapkan perusahaan dalam upaya meningkatkan penjualan.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca sesuai dengan topik penulis dan sebagai sumbangan pemikiran tentang strategi pemasaran