

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan tidak bisa mencari sendiri pembeli ataupun peminatnya. Pada era globalisasi saat ini setiap perusahaan berada dalam lingkungan bisnis yang semakin sengit. Persaingan yang terjadi karena setiap perusahaan ingin mencapai tujuan utama yaitu untuk meraih keuntungan finansial. Setiap perusahaan memiliki strategi agar usaha mereka tetap bertahan. Untuk mempertahankan mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan dituntut untuk dapat mengembangkan strategi pemasaran yang tepat.

Dalam konsep pemasaran, berhasilnya suatu perusahaan adalah ketika perusahaan tersebut dapat memperbaiki kualitas dan mempertahankannya. Dengan adanya hal tersebut, berbagai upaya dilakukan seperti mengetahui keinginan dan memuaskan kebutuhan konsumen. Setiap perusahaan melakukan berbagai strategi dan cara, dengan harapan konsumen merasa puas dan akan melakukan pemesanan ulang produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan. Apabila seorang konsumen telah berubah menjadi pelanggan yang *loyal* karena kepuasannya terpenuhi, maka konsumen tersebut tidak akan beralih ke perusahaan lain yang sejenis.

Pemasaran yang sukses tidak lepas dari kemampuan manajemen yang ada pada perusahaan, yang dimaksud dalam hal ini adalah kemampuan

perusahaan untuk mengelola dan mengkoordinasikan secara tepat instrumen pemasaran yaitu *marketing mix* atau bauran pemasaran. *marketing mix* atau bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap *image* pada suatu produk atau jasa. Oleh karena itu *marketing mix* atau bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk atau jasa.

Konsep bauran pemasarn biasanya di jadikan *competitive advantages* dan keunggulan bersaing dengan produk sejenis perusahaan lain, yang merupakan keunggulan dalam hal Produk, Harga, Tempat, Promosi. Hal-hal inilah yang menjadi perhatian setiap perusahaan agar dapat memasuki persaingan di dalam pasar global.

Salah satu perusahaan yang menerapkan kegiatan *Marketing Mix 7P* dalam usahanya adalah CV Reyner Globalindo Blitar. CV Reyner Globalindo adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa transportasi. CV Reyner Globalindo Blitar beralamat di Jalan Pahlawan No 40 Garum Blitar. CV Reyner Globalindo Blitar mempertemukan antara kualitas kendaraan sewa dan ragam pelayanan yang prima, juga dengan harga yang selalu kompetitif. CV Reyner Globalindo Blitar melayani jasa sewa mobil harian, bulanan, layanan antar jemput area kota maupun luar kota, layanan wisata baik perorangan maupun rombongan, dan jasa angkutan.

Dalam memasarkan jasanya, CV Reyner Globalindo Blitar memerlukan kegiatan strategi pemasaran yang baik. Bisa dibayangkan jika tidak adanya kegiatan pemasaran, maka pergerakan CV Reyner Globalindo Blitar dalam melangsungkan kegiatan usahanya akan sangat terhambat.

Setiap perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan utama yaitu untuk mencapai target dan meningkatkan *profit* perusahaan, hal tersebut didapatkan apabila perusahaan dapat meningkatkan keputusan penggunanya, untuk meningkatkan keputusan pengguna yang maksimal, tentunya perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar apa yang diharapkan perusahaan dapat tercapai, mengingat keputusan pengguna jasa konsumen sebagai tolak ukur untuk mengambil keputusan apakah meneruskan usaha atau menghentikan usahanya.

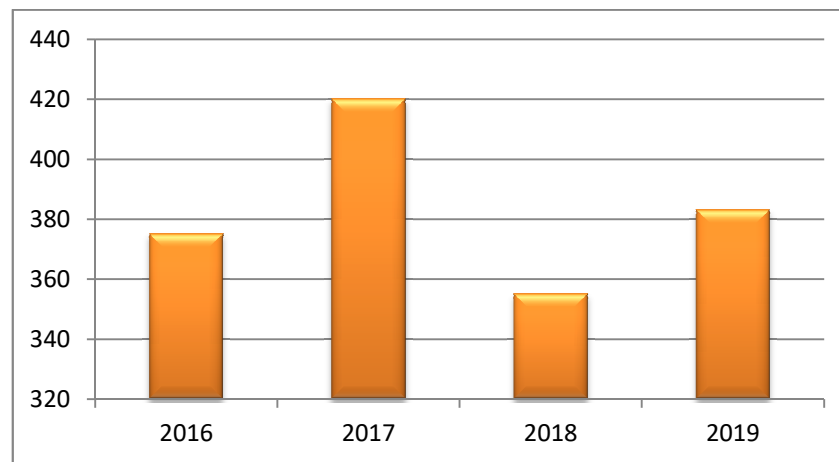
Atas dasar latar belakang diatas, membuat peneliti tertarik untuk mengetahui dan mendalami lagi tentang Pengaruh Strategi *Marketing Mix* pada CV Reyner Globalindo Blitar, sehingga penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH STRATEGI *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PADA CV REYNER GLOBALINDO BLITAR”**.

B. Permasalahan

CV Reyner Globalindo Blitar adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa transportasi. Sesuai dengan informasi yang peneliti peroleh dari pemilik CV Reyner Globalindo Blitar, Permasalahan yang terjadi saat ini pada perusahaan tersebut adalah kurang tepatnya strategi

pemasaran yang selama ini digunakan, sehingga pengguna jasa sewa mobil pada CV. Reyner Globalindo semakin berkurang. Hal tersebut mengakibatkan CV. Reyner Globalindo belum bisa mencapai target perusahaan.

Berikut adalah data pengguna jasa pada CV. Reyner Globalindo Blitar dari tahun 2016 – 2019 :



(Sumber : CV. Reyner Globalindo Blitar, 2019)

Gambar 1.1

Data pengguna Jasa pada tahun 2016 – 2019

Pengguna jasa mobil di tahun 2018 menurun dari total penngguna jasa sebelumnya sebanyak 420 konsumen di tahun 2017, menurun sebanyak 65 konsumen, menjadi total 355 konsumen. Dengan adanya strategi *Marketing Mix*, yaitu Produk atau jasa, Harga, Lokasi usaha, Strategi Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses atau aktifitas bisnis, Bukti fisik Perusahaan, diharapkan CV. Reyner Globalindo Blitar dapat menemukan strategi pemasaran yang tepat, yang nantinya akan membantu dalam mencapai target perusahaan.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Strategi *Marketing Mix* dilakukan agar dapat meningkatkan pengguna jasa pada CV. Reyner Globalindo Blitar ?
2. Adakah pengaruh Strategi *Marketing Mix* terhadap keputusan penggunaan jasa pada CV. Reyner Globalindo Blitar dengan pemasaran yang selama ini di terapkan?
3. Strategi *Marketing Mix* mana yang paling dominan terhadap keputusan penggunaan jasa pada CV. Reyner Globalindo Blitar ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi *Marketing Mix* dilakukan agar dapat meningkatkan pengguna jasa pada CV. Reyner Globalindo Blitar
2. Untuk mengetahui pengaruh Strategi *Marketing Mix* terhadap keputusan penggunaan jasa pada CV. Reyner Globalindo Blitar dengan pemasaran yang selama ini di terapkan.
3. Untuk mengetahui Strategi *Marketing Mix* yang paling dominan terhadap keputusan penggunaan jasa pada CV. Reyner Globalindo Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

Jika penelitian ini mencapai sasaran yang di harapkan ,maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan bagi penulis, karena penulis dapat secara langsung mengetahui serta mempelajari permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan serta memberikan alternative pemecahan masalah yang ada dalam perusahaan.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Dapat memberikan gambaran bagi masyarakat bahwa peneliti ini penting dilakukan agar perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik.

3. Bagi Perusahaan

sebagai alternative masukan kepada pihak pengambil keputusan suatu kebijakan pada CV. Reyner Globalindo Blitar dalam menerapkan strategi *Marketing Mix*, dalam meningkatkan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa di CV Reyner Globalindo Blitar