

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

1.1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan moderen, akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yang bergerak dibidang industri penjualan maupun jasa. Dengan keadaan seperti ini tentu saja tidak menutup kemungkinan perusahaan-perusahaan tersebut akan bersaing ketat dengan perusahaan yang mengeluarkan produk yang sejenis, perusahaan hendaknya menyadari bahwa dengan adanya persaingan tersebut sangat sulit bagi perusahaan untuk membangun reputasi perusahaan, demikian pula sebaliknya sangat mudah kehilangan reputasi perusahaan tersebut.

Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang produk sejenis, maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik, supaya kosumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan yang lain, Perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan kosumen atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan kosumen. Selain itu juga diperlukan pemasaran yang baik.

Dengan pemasaran produk yang baik maka akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Jika pemasaran produk yang dilakukan tidak

atau kurang tepat maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan memberi penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut.

Pemasaran atau marketing memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah bisnis, tetapi sering kali peranan pemasaran ini tidak diprioritaskan. Marketing tidaklah sama dengan jualan karena dalam marketing bukanlah hanya sekedar jualan saja. Banyak yang kurang menyadari bahwa penerapan strategi pemasaran yang benar akan memberikan efek yang kuat terhadap perusahaan atau bisnis yang sedang dibangun, maka strategi pemasaran sangatlah penting dan diperlukan oleh setiap perusahaan agar usaha yang kita rintis dapat bertahan dan bersaing memperebutkan hati konsumen.

Di dalam suatu perusahaan, marketing atau pemasaran merupakan salah satu bagian paling penting karena langsung berhubungan dengan konsumen. Pemasaran juga bisa menjadi penentu keuntungan dan kemajuan suatu perusahaan. Untuk itu diperlukan yang namanya strategi pemasaran dalam menerapkan sistem pemasaran yang baik.

Strategi pemasaran pada suatu perusahaan sangat penting karena menjadi ujung tombak dari perusahaan tersebut, hal itu juga yang menentukan kemajuan sebuah perusahaan. Jika kita mempelajarinya diharapkan kita bisa membuat suatu perusahaan menjadi maju dan sukses dengan progres yang baik.

PT ADA DISTRIBUTOR SUKSES bergerak di bidang industri, pemegang saham utama perseroan sejak pertama kali menjadi perusahaan publik pada tahun

1990. PT ADA DISTRIBUTOR SUKSES didirikan pada tahun 2014 dengan pabrik pertama berlokasi di politeknik. Kegiatan usaha serta produk yang dihasilkan sesuai dengan hasil dasarnya.

Keberhasilan perusahaan mencapai tujuan dan sasaran perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan memasarkan produknya. Tujuan perusahaan untuk dapat menjamin kelangsungan hidupnya, berkembang dan mampu bersaing, hanya mungkin apabila perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kuantitas yang diharapkan serta mampu mengatasi tantangan dari para pesaing dalam pemasaran. Untuk itu dibutuhkan orang-orang yang dinamis yang mempunyai kreatifitas, inisiatif dan ulet untuk memimpin kegiatan bidang pemasaran agar perusahaan berhasil.

Dalam meningkatkan persaingan pasar perusahaan harus lebih ulet memperhatikan barang/jasa yang dipasarkan agar supaya perusahaan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, selain itu perusahaan harus menentukan strategi-strategi yang tepat agar dapat memasarkan produk/jasa dengan baik dan dapat menarik minat konsumen.

Dalam persaingan bisnis, pasti ada pihak yang unggul dan ada yang tertinggal. Kita bisa menjadikan persaingan menjadi sebuah booster bagi bisnis kita untuk maju karena dengan adanya persaingan, maka akan membuat kita semakin tertantang untuk membuktikan bahwa bisnis kitalah yang terbaik.

Karena Strategi Pemasaran sangat penting terhadap perusahaan PT. ADA DISTRIBUTOR SUKSES guna meningkatkan persaingan pasar dan berpengaruh pada suatu usaha maka strategi pemasaran harus dilakukan

dengan tepat, Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkat sebuah judul **“PENTINGNYA STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT GUNA MENINGKTKAKAN PERSAINGAN PASAR PADA PT. ADA DISTRIBUTOR SUKSES”**

1.2 Pokok Masalah

Berdasarkan judul yang penulis angkat, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut **“Pentingnya Strategi pemasaran yang tepat pada PT. Ada Distributor Sukses”**

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Untuk mengetahui hal apa saja yang dilakukan oleh perusahaan guna meningkatkan persaingan pasar yang tepat pada PT. Ada Distributor Sukses.

1.4 Manfaat Tugas Akhir

Peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat:

a. Bagi Peneliti

Diharapkan bahwa penulis lebih mengetahui masalah-masalah yang ada di dalam perusahaan terlebih tentang persaingan pasar pada perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Dapat meningkatkan Strategi pemasaran yang tepat dalam perusahaan agar produk yang dipasarkan dapat dikenal oleh banyak masyarakat.

c. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan informasi tentang pemasaran khususnya dibidang pemasaran dan yang berhubungan dengan strategi pemasaran.

1.5 Metode Laporan

Metode yang digunakan peneliti adalah Metode Deskriptif Analisis, Yaitu metode penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data dengan meneliti masalah-masalah yang sedang terjadi pada saat ini, kemudian data tersebut dikumpulkan dan disusun, setelah itu diolah dan dianalisis.

SUGIYONO (2003:17)

1. Laporan Kualitatif

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, Penulis melakukan penelitian yaitu:

a. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu mengadakan pengamatan langsung ke perusahaan dimana peneliti melakukan pengumpulan data melalui pengamatan di PT. Ada Distributor Sukses, hal ini dilakukan untuk memperoleh data relevan dengan tujuan penelitian secara nyata.

Dalam hal ini penulis mengumpulkan data dengan menggunakan Observasi:

a. Observasi

Yaitu mendapatkan data dari objek penelitian dengan cara mendatangi langsung ke tempat penelitian di **PT. Ada Distributor Sukses**

guna melihat bagaimana peran Strategi Pemasaran untuk meningkatkan persaingan pasar.

Dalam menganalisis data-data yang telah ada. Penulis menggunakan metode Analisis Deskriptif yaitu dengan merumuskan dan menafsirkan data yang diperoleh, menyusun dan mengklasifikasikan serta menganalisis dan menginterpretasikannya sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai keadaan perusahaan.

b. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada PT. Ada Distributor Sukses Manado Jalan. Politeknik Desa Buha Kairagi II Manado.