

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

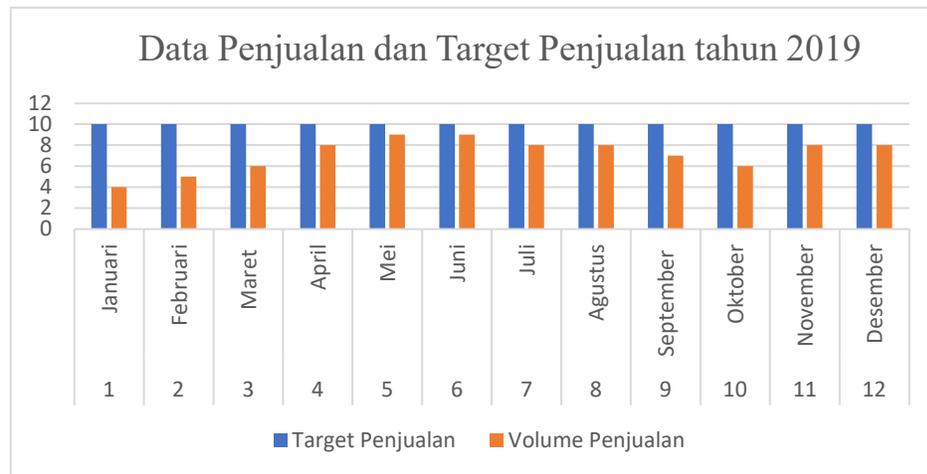
Setiap perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa selalu mempunyai tujuan yaitu untuk mencari keuntungan. Maka dari itu, setiap perusahaan mempunyai manajemen strateginya masing-masing yang dapat mengembangkan perusahaan tersebut untuk meraih keuntungan.

Perusahaan akan selalu bersaing dalam merebut pangsa pasar, untuk itu para pengusaha harus pintar dalam mempengaruhi konsumen agar bisa menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Agar dapat bisa melakukan hal tersebut maka harus diperhatikan dari segi sumber daya manusia (SDM) yang baik. Manajemen yang baik harus di dukung dengan sumber daya manusia (SDM) yang mempunyai kriteria yang baik dalam merumuskan perencanaan strategi dalam perusahaan agar bisa berjalan dengan yang baik yang sudah diterapkan oleh pihak perusahaan.

Menurut Charles (2010) strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang sedang dijalankan bisa berhasil melakukan persaingan dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham. "Sedangkan manajemen strategi sendiri dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan dari lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya (David, 2010). Penentuan strategi yang baik dalam menghadapi persaingan pangsa pasar adalah satu kunci sukses keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya.

Dalam penjualannya Dealer Tibing Auto mengalami penurunan yaitu faktor penyebabnya dalam strategi pemasaran yang masih belum optimal. Dealer Tibing Auto memerlukan metode strategi pemasaran yang lebih sistematis dalam memasarkan produk.

Permasalahan yang dialami oleh Dealer Tibing Auto yaitu dengan seiringnya penjualan yang tidak memenuhi target yang sudah ditetapkan oleh pihak manajemen. Bahkan penjualan masih dibawah rata-rata, dengan penjualan mobil rata-rata dalam angka 5 unit perbulan, tentunya penjualan tersebut masih dibidang jauh. Dengan rata-rata penjualan mobil 10 unit perbulan, kesempatan dibidang cukup besar, hal ini karena wilayah kabupaten Bekasi sangatlah luas sebagai pangsa pasar dan pertumbuhan penduduk sangatlah tinggi berpengaruh besar terhadap kebutuhan mobil pribadi yang selalu meningkat perbualannya. Hal ini, bisa dilihat dari data penjualan di tahun 2018 dan 2019 yang ditunjukkan pada gambar 1.1



**Gambar 1.1** Data Penjualan dan Target Penjualan

Sumber : Data Perusahaan

Strategi penjualan lama yang digunakan oleh Dealer Tibing Auto yaitu hanya menggunakan brosur dengan cara menyebarkan brosur kepada konsumen sehingga penjualan tidak mencapai target yang telah ditentukan oleh pihak manajemen.

Untuk dapat mencapai target penjualan Dealer Tibing Auto diperlukannya strategi baru yaitu dengan analisis yang mendalam tentang kekuatan, kelemahan, peluang, maupun ancaman. Analisis tersebut bertujuan untuk melihat dan mengukur efektivitas dari perencanaan manajemen strategi dalam mengamati permasalahan yang terjadi dalam perusahaan.

Dilihat dari permasalahan yang telah diuraikan dalam penelitian ini akan membahas mengenai perumusan strategi yang dirasa tepat bagi perusahaan guna meningkatkan penjualan dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*) dan perumusan strategi menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Dari hasil perumusan strategi dari langkah-langkah tersebut maka dapat disimpulkan suatu perumusan strategi yang tepat bagi perusahaan guna meningkatkan hasil penjualan.

Hal ini yang melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian guna menjadi bahan penyusunan Tugas Akhir dengan judul **“Perumusan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Mobil Pada Dealer Tibing Auto Menggunakan Matriks SWOT & AHP”**.

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang terjadi sebagai berikut :

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang (SWOT) yang terjadi pada Dealer Tibing Auto ?
2. Bagaimana menentukan strategi yang tepat agar bisa meningkatkannya penjualan pada Dealer Tibing auto berdasarkan AHP ?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang sudah tertera diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, ancaman, peluang (SWOT) yang terjadi pada Dealer Tibing Auto
2. Untuk menentukan strategi yang tepat guna untuk meningkatkannya penjualan pada Dealer Tibing Auto berdasarkan AHP

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini dapat diharapkan dapat memberikan masukan strategi alternatif dimasa yang akan datang sehingga perusahaan dapat bersaing dalam keadaan persaingan pangsa pasar yang begitu ketat.
2. Hasil penelitian merupakan penerapan ilmu pengetahuan khususnya dari mata kuliah manajemen strategi yang penulis dapat selama dalam bangku kuliah.

#### 1.5. Batasan Masalah

Agar masalah dapat dianalisa dapat mengarah kepada tujuan yang penulis buat maka difokuskan pembahasan pada :

1. Penelitian ini diambil berdasarkan dari data kuesioner internal dan eksternal.
2. Penelitian ini tidak membahas mengenai biaya.

