

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Jasa pengiriman barang merupakan suatu bentuk pelayanan publik yang menawarkan kemudahan dalam proses mengirim suatu barang dari satu kota ke kota lainnya dengan aman dan dapat dipertanggung jawabkan oleh pihak jasa tersebut. Pengiriman barang dapat berupa dokumen, logistik, produk elektronik dan lain-lain. Alat transportasi yang digunakan untuk mengirim barang dapat melalui jalur darat, laut maupun udara. Jarak menjadi bagian penting untuk menentukan alat transportasi apa yang akan digunakan untuk mengangkut barang-barang kiriman tersebut.

Kemajuan teknologi telah mempengaruhi banyak hal dalam kehidupan masyarakat moderen saat ini, dengan perkembangan teknologi informasi masyarakat dengan mudah mendapat akses informasi mengenai hal-hal spesifik dalam kehidupan keseharian mereka. Termasuk dalam hal ini melacak progres status pengiriman barang melalui jasa pengiriman barang yang ada saat ini.

Pesatnya perkembangan teknologi dewasa ini kian membantu proses bisnis dalam berbagai bidang. Banyak perusahaan menggunakan teknologi sebagai penunjang aktifitas

bisnis yang dijalankan agar berjalan dengan cepat dan akurat. Transportasi sangat dibutuhkan sebagai bentuk distribusi proses bisnis. Seperti saat ini saya sedang melakukan observasi di bidang jasa angkut barang di desa Ampelsari di kediaman Bapak Totok adi wibowo.

Kegiatan ini merupakan suatu kegiatan yang di lakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah, atau laba usaha. Dalam Prasetyo (2014) steinhoff menyatakan “*business is all the those activities involved in providing the goods and service needs or desired by people*”. Dalam pengertian ini kegiatan bisnis sebagai aktivitas menyediakan barang dan jasa yang diperlukan atau diinginkan konsumen, dapat di lakukan oleh organisasi perusahaan yang memiliki badan hukum, perusahaan yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum, serta usaha informal lainnya.

Setiawan (2015) menyatakan bahwa “jenis kegiatan usaha di bagi menjadi dua dilihat dari produk yang di hasilkan dan diperdagangkan oleh kegiatan bisnis, yaitu *tangible good* (barang) dan *intangibile* (jasa)”. Yang dimaksud dengan *tangible good* yaitu barang-barang yang dapat diindra oleh panca indra manusia, seperti mobil, rumah, perkakas, alat tulis dan lain-lain. Sedangkan *intangibile goods* adalah produk yang tidak dapat dilihat secara kasat mata, tetapi dapat dirasakan manfaatnya

setelah konsumen mengkonsumsi jasa tersebut. Misalnya jasa transportasi, jasa hukum dan jasa kesehatan.

Setiawan (2015) menyatakan “ pelaku usaha harus memperhatikan berbagai aspek dalam melakukan kegiatan usaha”, antara lain :

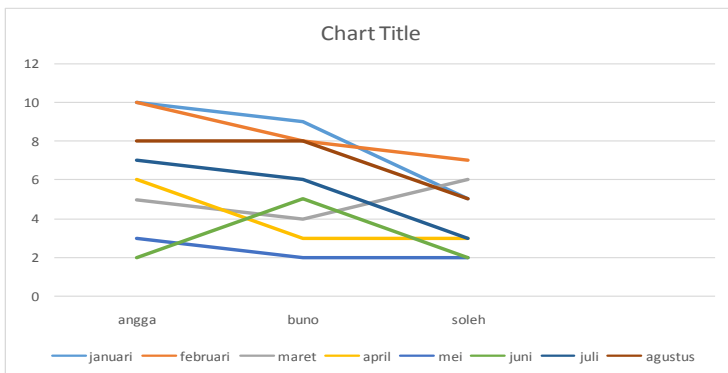
1. Memahami konsep produk maupun jasa secara baik,
2. Mempunyai visi dan misi,
3. Mempunyai mental yang tangguh dan mau belajar agar menjadi pelaku usaha yang sukses,
4. Membuat rencana dan strategi bisnis agar mampu meminimalkan usaha dan resiko bisnis dan keuangan,
5. Memahami strategi pemasaran dan pelayanan.

Salah satu usaha dibidang jasa adalah usaha transportasi yang merupakan pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Dalam Setyawan (2015), Nasution menyatakan bahwa “Manusia sangat membutuhkan transportasi karena untuk memenuhi kebutuhan hidup yang beraneka ragam , umumnya berkaitan dengan produksi dan jasa”.

Salah satu perusahaan transportasi adalah “RIYO PUTRA” yang beralamat di sumur, RT 06 RW 03, Tambaksari, purwodadi, pasuruan. RIYO PUTRA merupakan perusahaan transportasi yang bergerak di bidang jasa, khususnya jasa transportasi kegiatan usaha

sewa mobil “ RIYO PUTRA” meliputi jasa sewa mobil dan sewa jasa supir. Usaha jasa sewa mobil “ RIYO PUTRA” Sumur dimiliki oleh totok adi wibowo yang memulai kegiatan usaha sejak 2014.

Manajemen memiliki aset kendaraan / mobil sebanyak 2 unit mobil truck dan 1 unit mobil pribadi. untuk driver menggunakan sistem kondisional. Apabila mengalami kekurangan unit mobil untuk mencukupi permintaan kendaraan, RIYO PUTRA kerja sama dengan rekan sesama bisnis sewa mobil. Data permintaan jasa sewa mobil di RIYO PUTRA dalam 1 tahun terakhir rata-rata 10 permintaan/bulan/unit mobil dan permintaan meningkat saat ad event-event tertentu.



Hasil survei dilakukan peneliti dan pemilik perusahaan RIYO PUTRA di wilayah kecamatan purwodadi terdapat 10 perusahaan menjadi kompetitor usaha sewa mobil RIYO PUTRA.

Menyadari bidang usaha jasa sewa mobil sedang ramai dalam jumlah kompetitor didalam usaha ini cukup banyak maka perlu adanya strategi pemasaran yang inovatif dan kreatif yang harus dilakukan usaha sewa mobil RIYO PUTRA, agar produk/jasa yang di tawarkan dapat bersaing di pasar konsumen.

Bedasarkan dari latar belakang masalah di atas, peneliti mengambil judul “PERANCANGAN ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA MARKETING SEWA MOBIL TCUK UD. RIYO PUTRA DENGAN PENDEKATAN METODE SWOT”.

1.2 Perumusan Masalah

Bedasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apa yang menjadi *Strenght* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) dari perusahaan RIYO PUTRA.
2. Apa yang menjadi *Opportunity* (kesempatan) dan *Threat* (ancaman) di perusahaan RIYO PUTRA.
3. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk usaha sewa mobil RIYO PUTRA berdasarkan metode SWOT.

1.3 Batasan Masalah

Untuk mencapai tujuan dari penelitian, maka digunakan batasan masalah agar permasalahan yang diteliti tidak meluas. Adapun batasan masalah pada penelitian ini difokuskan pada bidang usaha sewa mobil.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) perusahaan sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan perusahaan.
2. Untuk mengetahui faktor eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran perusahaan kedepan.
3. Untuk menentukan kebijakan perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat berdasarkan hasil analisa metode SWOT.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut :

1. Memberikan masukan untuk perusahaan yang berkaitan dalam usaha meningkatkan laba usaha jasa sewa mobil.
2. Bahan evaluasi dalam strategi pemasaran yang sudah dijalankan oleh perusahaan.

3. Dapat dijadikan sebagai literatur, bahan pertimbangan oleh pihak lain.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang konsep dan teori yang berkaitan dengan masalah yaitu menggunakan metode SWOT.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode yang digunakan untuk mencapai tujuan dari penelitian yang meliputi tahapan-tahapan penelitian dan penjelasan secara ringkas.

BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang proses pengolahan data yang kemudian dianalisis dengan metode SWOT.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran untuk perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN