

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis pada saat ini semakin meluas contoh nya adalah industri manufaktur yang dimana sangat membutuhkan *support* suku cadang mesin industri dengan hasil yang berkualitas demi menjaga kelancaran produksi. Suku cadang mesin industri dapat menjadi kunci keberhasilan dalam bisnis manufaktur. Namun, kendala yang seringkali terjadi pada saat mencari suku cadang mesin industri yaitu menemukan jenis mesin yang cocok juga sesuai seperti mesin suatu perusahaan miliki. Oleh karena itu, jasa pembuatan suku cadang mesin industri ini menjadi solusi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan produksi. Kunci sukses menjalankan sebuah bisnis apapun jenis bisnisnya, teletak pada strategi pemasaran sebuah perusahaan hal ini lah yang akan berpengaruh dalam menghasilkan serta menciptakan nilai kepuasan pelanggan ini juga berpengaruh akan adanya loyalitas pelanggan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang suku cadang mesin industri yaitu PT. Astindo Jaya Sakti Bogor, perusahaan *general supply* yang menyediakan berbagai kebutuhan suku cadang teknik industri manufaktur. PT. Astindo Jaya Sakti bergerak dibidang Jasa pembuatan mesin roda gigi, valp, filter air, suku cadang mesin diesel, bantalan karet kapal, sistem konveyor, pemeliharaan hidrolik dan masih banyak lagi yang semuanya membutuhkan suku cadang produksi, Fabrikasi dan lain-lain. Contoh barang yang bisa dikerjakan dengan bahan dasar seperti karet, berbagai macam logam seperti baja, vcn, baja, alumunium, besi cor, tembaga, nilon, polimer pp. Dalam 14 tahun menjalankan strategi bisnis didalam bidang suku cadang industry PT. Astindo Jaya Sakti sudah berhasil memiliki beberapa customer yang diantaranya: PT. Asianagro Agung jaya, PT. Sari Dumai Oleo, PT. Good Year, PT. Argha Karya Prima Industry, PT. Cisarua Mountain Dairy (Cimory), PT. Frina Lestari, PT. Kalbe Milko Indonesia, PT. Tirta Fresindo Jaya (mayora Group), PT. Parisindo Indonesia, PT. Coats, dan yang lainnya. Banyaknya pesaing dalam bisnis ini tentunya membuat manajemen harus merencanakan juga mempertahankan strategi bisnis terbaik karena pada dasarnya strategi bisnis disusun untuk membentuk *response* terhadap

perubahan *eksternal* yang *relevan* dari suatu organisasi. Perubahan *eksternal* tersebut tentunya akan dijawab dengan memperhatikan kemampuan *internal* dari suatu organisasi atau perusahaan. Sampai seberapa jauh suatu organisasi dapat memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman dari luar untuk memperoleh manfaat yang maksimal dengan mendayagunakan keunggulan organisasi yang dimiliki pada saat ini disampaikan oleh Sudiantini (2022:2)

Menyusun strategi adalah hal yang paling penting dilakukan. Caranya bisa dengan menggunakan analisis *internal* sebagai alat menganalisa situasi untuk langkah pengambilan keputusan, perencanaan strategi, evaluasi, dan seleksi *alternatif* strategi yang terbaik. strategi perusahaan *alternative* sebagai sebuah cara untuk membantu para manajer strategis dalam memutuskan sesuatu, tidak hanya *industry* apa yang harus dimasuki oleh perusahaan , tetapi juga kearah mana perusahaan dapat tumbuh, berkembang dan bagaimna mereka dapat bersaing atas dasar ini peneliti menganalisa temuan data penjualan yang mengalami penurunan penjualan dari capaian target penjualan perusahaan PT. Astindo Jaya Sakti.



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Tahun 2021, 2022, 2023

Sumber: Laporan Penjualan PT. Astindo Jaya Sakti

Dari data diatas terlihat penjualan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, sebelumnya target penjualan perusahaan ini sebesar Rp. 6.000.000.000 tiap tahunnya ditahun 2021 ke tahun 2022 mengalami kenaikan penjualan sebesar 45% dan terjadi penurunan penjualan dari tahun 2022 ke tahun 2023 sebesar -13%, tentunya hal ini berpengaruh kepada profit perusahaan yang disebabkan dari kurang tepatnya strategi perusahaan dan beberapa faktor internal yang mempengaruhi penurunan penjualan tersebut, faktor eksternal yang terjadi

dikarenakan mulai berkembangnya pesaing-pesaing yang menjual produk dan jasa yang sama persis, sehingga banyak competitor yang mengambil customer atau merebut *market* PT. Astindo Jaya Sakti. Adanya temuan masalah ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan PT. Astindo Jaya Sakti Bogor”.

Beberapa hal yang bisa diidentifikasi sebagai permasalahan sebagai penyebab turunya penjualan dari tahun 2022 sampai 2023 yang diantaranya ada tidak berjalannya *follow-up* kepada konsumen yang seharusnya dilakukan secara konsisten, baik ada dan tidak adanya kebutuhan menjalin hubungan ini sangat penting dimana akan ada komunikasi yang terjalin dengan *customer* hal ini bisa menjadi awal adanya penawaran dan kebutuhan yang bisa digali atau informasi kebutuhan yang akan konsumen rencanakan pembuatannya dan bisa menjadi pembuka jalan untuk order produk yang dibutuhkan.

Tabel 1.1 Data pelanggan yang tidak *terfollow-up*

No	Nama Customer	Sales	Keterangan Order
1	PT. GENERO	R	
2	PT.MANDOMINDONESIA.TBK	R	
3	PT.SUMIDEN	R	
4	PT.TFJ PALEMBANG	R	
5	PT.PERTIWI AGUNG	R	
6	GY PROJECT	R	
7	TFJ.CIANJUR	R	
8	NOVARIST	R	
9	SIMEX	R	
10	GSS	R	
11	LAMBERTI	I	
12	SARIKO INDAH	I	
13	TFJ.CIHERANG	W	
14	CATUR DAKWAH	W	
15	UNILEVER	W	
16	PT HERLINA	W	
17	HOTEL RANCAMAYA	W	
18	MERCEDES BENZ	S	
19	MELCOINDA	S	
20	ETANA BIOTECH	S	
21	KASAKATA KIMIA	S	

Sumber : Data customer PT. Astindo Jaya Sakti tahun 2023

Selain itu adanya kenaikan bahan baku yang seringkali tidak bisa terprediksi dengan baik, hal ini akan mempengaruhi perhitungan material yang terdahulu dan hal ini sangat mempengaruhi perubahan harga untuk produk yang biasa konsumen repeat order, dan menjadi perbandingan besar akan kenaikan harga dari *purchase order* sebelumnya.

Hal lain yang menjadi penyebab adanya penurunan penjualan dan penurunan jumlah customer yaitu adanya *Complain* yang tidak tertangani juga tidak diselesaikan dengan baik, permasalahan ini juga yang akan membuat citra perusahaan kurang baik dan juga menurun di benak konsumen, hal ini terjadi karena adanya *overload* produksi sehingga focus perusahaan tidak hanya kepada satu *customer* saja bahkan sering tidak terdata dengan baik.

DATA KELUHAN PELANGGAN PT. ASTINDO JAYA SAKTI
PERIODE JANUARI 2024 - FEBRUARI 2024

NO	TANGGAL	CUSTOMER	KELUHAN	STATUS KELUHAN	TGL SELESAI
1	15/01/2024	PT. Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk	Kesalahan material nozzle yang seharusnya SUS 316	Tertangani	20 Februari 2024
2	23/01/2024	PT.Promed Rahardjo Farmasi Industries	Permukaan produk tidak presisi dan diminta repair dalam 3 hari	Tertangani	05 Februari 2024
3	28/01/2024	PT. Amerta Indah Otsuka (Pocari)	Instalasi vibrator yang masih perlu diperbaiki	Tertangani	01 Februari 2024
4	31/01/2024	PT. Sari Dumai Oleo, Marunda	Fabrikasi tangga pasteurizer yang masih belum adu manis	Tertangani	08 Februari 2024
5	10/02/2024	PT. Argha Karya Prima Industry Tbk	Shaft Roll yang masih belum di rekondisi metal spray dengan sempurna, Dial nya masih belum stabil	-	-
6	11/02/2024	PT. Argha Karya Prima Industry Tbk	Rehardchrome roll yang permukaannya masih belum mulus	-	-
7	18/02/2024	PT. Kasa kata	Lapisan Plate Hardchrome yang masih belum di bor	-	-
8	12/02/2024	PT. Kalbe Milko Indonesia	Mould yang tidak sesuai ukurannya	Tertangani	15 Maret 2024
9	19/03/2024	PT. Tirta Fresindo Jaya	Bushing yang ukurannya tidak sesuai sehingga perlu di repair	-	-
10	23/03/2024	PT. Futami Food	Rak stainless yang masih belum bersih dari bekas pengelasan	-	-

Gambar 1.1 Complain customer PT. Astindo Jaya Sakti
Sumber: PT. Astindo Jaya Sakti

Kemudian permasalahan yang mendasar terakhirnya yaitu adanya *Competitor* atau pesaing yang menjual produk dengan bidang bisnis yang sama, hal ini menjadi ancaman yang serius terhadap perusahaan, yang menghasilkan permasalahan bersaing dalam memperebutkan pasar yang sama. Kompetisi yang terjadi dalam *industry* sejenis biasanya terjadi dari segi harga, kualitas produk, pelayanan purna jual, yang semua hal tersebut membentuk nilai tersendiri di benak konsumen. Semakin banyak kompetitor, perusahaan akan semakin bekerja keras memenangkan persaingan.yang terdata dalam persaingan bisnis PT. Astindo Jaya

Sakti Bogor diantaranya : PT. Watika Teknik Bogor, PT. Sutopo Maju Bersama, PT. Zona matic, PT. Agra Teknik, PT. Mitra jaya Subaga.

Dari keempat permasalahan yang teridentifikasi hal ini sangat berpengaruh terhadap persepsi pelanggan dalam penilaian *Service Quality* suatu perusahaan, Karena hal ini sangat dibutuhkan perusahaan agar bisa tetap *survive* dalam persaingan. Nantinya hal ini akan menghasilkan terhadap peningkatan profitabilitas melalui penjualan terulang, umpan balik dari mulut ke mulut yang positif, harapannya membentuk loyalitas pelanggan serta pembeda produk yang memberikan nilai tambah dibenak pelanggan.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang ada, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Tidak terlaksananya *follow up customer* dengan baik dan konsisten
2. Menurunnya penjualan di PT. Astindo Jaya Sakti di Tahun 2023
3. Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh PT. Astindo Jaya Sakti belum terlaksana dengan baik, serta adanya temuan *complain* dari *customer* yang tidak tertangani dengan baik dan perlu adanya evaluasi untuk mengidentifikasi strategi baru yang perlu diterapkan.
4. Adanya persaingan dalam industry sejenis yang mempengaruhi penurunan penjualan.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penulisan karya tulis ini, agar mencapai fokus dan tujuan yang diharapkan maka penulis membatasi permasalahan yang dibahas seputar strategi pemasaran, dengan menekankan bagaimana meningkatkan strategi penjualan dan temuan strategi baru yang perlu diterapkan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di PT. Astindo Jaya Sakti.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan dengan data permasalahan yang ada, rumusan masalah yang didapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal yang menjadi kekuatan serta kelemahan strategi PT. Astindo Jaya Sakti.

2. Apa saja faktor eksternal yang menjadi ancaman serta peluang dalam penerapan strategi pemasaran PT. Astindo Jaya Sakti
3. Strategi alternatif apa yang bisa diambil untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah diatas, maka peneliti dapat mempunyai tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan
2. Mengidentifikasi faktor eksternal apa saja yang menjadi ancaman dan peluang
3. Mengetahui alternatif strategi untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan di PT. Astindo Jaya Sakti.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, sebagai sarana penerapan ilmu secara langsung dalam pembahasan strategi pemasaran yang sudah di pelajari dan juga menambah wawasan terkait dunia bisnis di suatu perusahaan.
2. Bagi Perusahaan, Penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi terhadap strategi pemasaran perusahaan yang dirasa belum optimal dijalankan, dengan harapan perusahaan dapat memperbaiki masalah yang ditemukan juga perlu ditingkatkan untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan.
3. Bagi Pembaca, Sebagai bahan referensi dan memberikan informasi dalam proses menganalisis strategi pemasaran bisnis di suatu perusahaan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk lebih memahami isi dari penelitian ini, maka materi yang tercantum dalam laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa sub bab, dan dilakukan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari buku serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab iv ini berisikan tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.