

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang

Dalam era pembangunan saat ini persaingan semakin ketat dan para pesaing saling berlomba untuk memenangkan persaingan, dimana ruang lingkup kegiatan pemasaran semakin luas dan tidak hanya mencakup : Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi. Namun telah menyentuh sisi kehidupan manusia secara luas; sebagai akibat kemajuan dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi, perubahan dibidang ekonomi, politik dan sosial budaya.

Demikian pula halnya bagi PT. BBL Dharmala Finance Tbk cabang Palembang, yang bergerak di bidang jasa pembiayaan tidak terlepas dari keadaan tersebut diatas. Bila PT. BBL Dharmala Finance Tbk ingin tetap survive dan tumbuh berkembang di masa yang akan datang maka dalam menghadapi pasar yang kompetitif yang semakin ketat perlu melakukan perubahan strategi di bidang pemasaran melalui pendekatan Marketing Mix.

### 1.2. Perumusan Masalah

Permasalahan yang sering kali dihadapi oleh para perusahaan termasuk PT. BBL Dharmala Finance Tbk cabang Palembang adalah bauran pemasaran yang bagaimana

yang dirasakan tepat untuk diterapkan dalam menghadapi persaingan khususnya dalam bidang jasa pembiayaan ?

Dan faktor apa saja yang dapat menjaga agar perusahaan tersebut tetap survive dan berkembang serta mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dalam hal pencapaian omset pemasaran dalam meraih keuntungan bagi usaha perusahaan.

Permasalahan diatas memberikan gambaran bahwa strategi yang akan digunakan perlu disesuaikan dengan perkembangan yang terjadi dilingkungan usaha dan dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan perubahan sosio-ekonomi, politik, budaya dan kebijaksanaan yang berlaku dalam kehidupan masyarakat. Faktor inilah yang menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian guna penyusunan skripsi penulis yang berjudul " STRATEGI PEMASARAN PT. BBL DHARMALA FINANCE Tbk CABANG PALEMBANG MELALUI MARKETING MIX".

### 1.3. Hipotesis

Berdasarkan masalah yang penulis kemukakan diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

“ Pendekatan kombinasi komponen-komponen atau unsur-unsur bauran pemasaran dapat meningkatkan penjualan jasa PT. BBL Dharmala Finance Tbk cabang Palembang “.

#### **1.4. Metodologi Penelitian**

Didalam melakukan penelitian bersifat ilmiah harus menggunakan suatu metodologi, sehubungan dengan hal tersebut penulis menggunakan metodologi dengan : Pendekatan pemecahan masalah (Problem Solving Approach) dan analisa deskriptif, artinya dari data-data yang diperoleh dideskripsikan sesuai dengan tujuan kegiatan penelitian yang kemudian dianalisa dengan mempergunakan pengetahuan dan perpustakaan yang ada dan selanjutnya sampai kepada hasil kegiatan penelitian.

##### **1.4.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Lingkup kegiatan penelitian ini adalah strategi pemasaran melalui bauran pemasaran (marketing mix) yang diterapkan oleh : PT. BBL Dharmala Finance Tbk cabang Palembang yang mencakup unsur ; produk, harga, distribusi, dan promosi.

##### **1.4.2. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan.

###### **a. Tujuan pengumpulan data**

Tujuan pengumpulan data adalah untuk memperoleh gambaran tentang bauran pemasaran pada PT. BBL Dharmala Finance Tbk yang diterapkan dalam usaha untuk memenuhi omset penjualan yang telah ditetapkan perusahaan.

b. Cara pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan Pimpinan perusahaan PT. BBL Dharmala Finance Tbk cabang Palembang dan dengan tenaga pemasaran (marketing) serta melalui dokumentasi yang ada yang berkaitan dengan strategi pemasaran pada perusahaan.

c. Populasi

Populasi adalah seluruh anggota organisasi yang terdiri dari pimpinan puncak, menengah dan lini pertama, oleh karena jumlah pimpinan yang ada di perusahaan ini sebanyak 3 (tiga) orang maka penelitian dilakukan keseluruhan populasi dan tidak dilakukan penelitian secara sample.

Sample terhadap konsumen tidak mungkin dilakukan penelitian keseluruhan populasi yang berjumlah lebih kurang 1.000 orang maka penulis mengambil sample secara random sebanyak 25 orang.

### **1.4.3. Jenis Data**

Jenis data yang dikumpulkan dari populasi adalah :

- ⇒ Proses perumusan strategi pemasaran
- ⇒ Implementasi strategi pemasaran
- ⇒ Hambatan dalam pelaksanaan strategi pemasaran

#### **1.4.4. Pembahasan**

Setelah data-data terkumpul dilakukan pengolahan dalam bentuk tabulasi, diagram, grafik, setelah itu dilakukan analisa data. Dalam analisa data penulis mendeskripsikan data sedemikian rupa dan terhadap masing-masing data penulis memberikan pendapat atau semacam kesimpulan.

Setelah semua data dianalisa dan telah diberikan pendapat atau disimpulkan maka dilanjutkan dengan tahap pembahasan yang mencakup seluruh unsur-unsur strategi pemasaran.

#### **1.4.5. Kerangka Kerja**

##### **a. Rencana Kegiatan**

Sebelum kegiatan penelitian di mulai terlebih dahulu dibuat proposal kegiatan dan didiskusikan dengan pembimbing dan dengan rekan kerja untuk memperoleh masukan dan penyempurnaan proposal.

##### **b. Pelaksanaan**

Sebelum pelaksanaan dilakukan diadakan persiapan operasional berupa alat-alat pengumpulan data, orientasi lapangan dan pendekatan lapangan. Setelah itu dilakukan kegiatan yang dimulai dengan pengumpulan data sekunder atau dokumentasi atau laporan tahunan dan kemudian mengumpulkan data primer melalui wawancara dan observasi.

c. Organisasi dan Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan oleh mahasiswa; Sugianto Hartono jurusan Manajemen dengan nomor pokok : 93.2.026, dibimbing oleh pembimbing utama dan pembimbing lapangan, dibantu oleh karyawan PT. BBL Dharmala Finance Tbk cabang Palembang.

d. Pembiayaan

Pembiayaan penulisan skripsi ini dalam rangka mengakhiri studi penulis dalam mengikuti program studi S1 pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "MUSP" jalan Bangau no.60 Palembang, seluruhnya dibiayai oleh penulis sendiri.

#### **1.4.6. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari pada penelitian adalah :

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai bauran pemasaran yang diterapkan oleh PT. BBL Dharmala Finance Tbk Cabang Palembang selama ini.
2. Merumuskan strategi bauran pemasaran yang disesuaikan dengan perubahan lingkungan usaha.

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang hasil kegiatan maka penulisan skripsi ini yang sifatnya ilmiah sesuai dengan judulnya, penulis secara singkat membagi uraiannya dalam bab per-bab dan setiap bab sub-bab.

## **Bab I. Pendahuluan**

Pada bagian pertama penulis mengemukakan tentang latar belakang masalah yang merupakan fokus utama pembahasan sekaligus merupakan topik kegiatan. Pada bagian kedua merupakan perumusan masalah, bagian ketiga hipotesis, bagian keempat mengenai metodologi penelitian, bagian kelima mengenai sistematika skripsi.

## **Bab II. Landasan teori**

Bab ini merupakan tinjauan kepustakaan kerangka teori dimana pada bab ini diuraikan mengenai pengertian leasing, fungsi leasing, keuntungan leasing, keadaan perusahaan jasa pembiayaan di kota Palembang, dan bauran pemasaran.

## **Bab III. Gambaran Umum tentang PT. BBL Dharmala Finance Tbk**

Pada bagian pertama dijelaskan sejarah berdirinya perusahaan, bagian kedua mengenai kegiatannya, bagian ketiga struktur organisasinya, bagian keempat mengenai kegiatan pemasaran, bagian kelima tentang pedoman dalam pemberian pembiayaan, bagian keenam form permohonan pemberian pembiayaan, bagian ketujuh pedoman pembuatan proposal leasing. Bagian kedelapan mengenai data perkembangan perusahaan.

#### **Bab IV. Pembahasan mengenai bauran pemasaran**

Bab ini merupakan hasil penelitian terhadap pimpinan dan konsumen (lessee) yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran dan merupakan topik yang akan dibahas disertai pemecahan masalah.

#### **Bab V. Kesimpulan dan Saran**

Bab ini merupakan bab kesimpulan dari hasil kegiatan dan beberapa saran yang penulis sarankan dalam memecahkan masalah yang dihadapi perusahaan.