

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Di era yang semakin canggih ini persaingan bisnis semakin ketat, semua perusahaan berlomba-lomba menjadi perusahaan yang terbaik dibidangnya masing-masing. Adapun perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mampu memaksimalkan penjualan dengan tetap memenuhi keinginan serta kebutuhan dari konsumen dengan baik. Setiap perusahaan harus terus melakukan inovasi dan bergerak secara optimal dalam hal pemasaran sehingga produk atau barang dan jasa yang ditawarkan dapat sesuai dengan kebutuhan dan penawaran yang dibutuhkan oleh konsumen. Namun di masa pandemi sekarang ini banyak perusahaan yang mengalami lonjakan penurunan penjualan yang cukup drastis yang disebabkan oleh banyaknya aktivitas bisnis yang dibatasi akibat dari dampak pandemi COVID 19. Sehingga permasalahan yang harus dihadapi salah satunya yaitu bagaimana perusahaan yang didirikan memiliki kemampuan dalam menciptakan sistem pemasaran yang baik agar dapat menunjang penjualan dari perusahaan tersebut dan mencapai salah satu tujuan perusahaan yaitu tetap eksis dan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan. Strategi pemasaran yang dimiliki tentu harus mencapai target sasaran yang dituju sehingga proses yang terjadi tepat sasaran dan dapat menembus pasar dengan tepat.

Setiap perusahaan memiliki strateginya sendiri dalam pemasaran, strategi yang dipilih pun dapat berubah-ubah menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Selain itu, barang/jasa yang bergerak dapat menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan. Strategi pemasaran menjadi penting karena akan berisi informasi-informasi mengenai barang/jasa yang akan dipasarkan. Informasi ini yang nantinya akan digunakan calon pembeli atau target sasaran untuk menentukan apakah proses pembelian dapat terjadi.

Selain itu strategi perusahaan menjadi penting karena akan berisi informasi-informasi mengenai usaha apa yang perlu ditinjau atau dievaluasi yang kemudian dapat diterapkan pada perusahaan yang bersangkutan. Informasi ini yang nantinya akan digunakan perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan tersebut. Terlebih di era pandemi ini setiap perusahaan harus terus melakukan inovasi dan bergerak secara dinamis dikarenakan banyaknya penurunan aktivitas terkhususnya aktivitas bisnis yang mengakibatkan besarnya penurunan angka penjualan dibanyak pelaku bisnis akibat dampak dari COVID 19 yang sedang mewabah diseluruh dunia saat ini. Salah satu perusahaan yang mengalami penurunan angka penjualan adalah PT.Tricon Dos Sejahtera.

PT.Tricon Dos Sejahtera merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pendistribusian barang berupa pipa dan besi. Perusahaan yang berdiri sejak tahun 2014 ini bergerak mendistribusikan keperluan-keperluan industri pembangunan seperti *Fitting Pipa* , *Valve*, *Pipa*, *Flange*, *Pipa Cast Iron*, dan *Fitting Pipa Elbow*. Selain itu Perusahaan ini dikenal sebagai *stockist* dan distributor bahan seperti pipa, baut, katup (*valves*), dan lain-lain untuk keperluan skala kecil maupun besar untuk proyek-proyek industri seperti: *Oil & Gas*, *Pulp & Pakimia*, *Kimia*, *Refining Petrokimia*, dan lain-lain baik dalam ranah pemerintah atau swasta.

PT Tricon Dos Sejahtera sebagai pelaku distributor memiliki beberapa peran penting dalam sebuah rantai pasok pipa dan besi untuk kebutuhan industri pembangunan, mengingat kegiatan pembangunan industri selalu ada setiap harinya baik pembangunan industri total maupun sekedar perbaikan/renovasi suatu proyek pembangunan industri yang membuat kebutuhan akan *material-material* pembangunan industri tidak pernah berhenti setiap harinya. Beberapa *material* keperluan industri yang disediakan oleh PT. Tricon Dos Sejahtera adalah material untuk bangunan proyek-proyek industri seperti gedung Perhotelan, *Mall*, *Apartement*, *Proyek Oil & Gas*, *Pipelines*, *Konstruksi*, Pembuatan Kapal (*Ship Building*), *Boiler*, dan lain sebagainya. Jenis *material* nya sendiri bermacam-macam namun secara umum

PT.Tricon Dos Sejahtera menyediakan *material* untuk keperluan proyek yang berhubungan dengan pipa dan *fitting-fitting* nya. Untuk fungsinya sendiri pun beraneka ragam seperti untuk jenis *material pipa cast iron* itu biasanya digunakan untuk mengalirkan air kotor maupun air bersih di gedung, *mall*, *apartment*, rumah sakit dan gedung lainnya, *pipa carbon steel/baja* (Hitam) digunakan oleh perusahaan *oil & gas* untuk mengalirkan minyak atau gas, *pipa stainless steel* digunakan oleh perusahaan minyak, pabrik kimia, rumah sakit, pabrik pupuk untuk menyalurkan bahan-bahan cair kimia.

*Material construction* seperti besi siku, besi beton, besi *plate* biasanya digunakan untuk proyek gedung, pembuatan kapal, jembatan, dan bendungan dan terakhir untuk jenis *material valve* seperti *gate valve*, *ball valve*, *globe valve* dan *swing check valve* secara umum memiliki fungsi untuk stop kran, untuk buka tutup saluran atau untuk kontrol saluran yang melintas seperti minyak, gas, air, bahan kimia, dan lain sebagainya.

Semua keperluan proyek pembangunan industri tersebut tidak pernah berhenti diproduksi dan dipasarkan setiap harinya, dan sebagai pelaku distributor kebutuhan proyek industri PT Tricon Dos Sejahtera dituntut untuk dapat menciptakan strategi perusahaan yang optimal untuk dapat terus eksis dalam menjalankan usaha bisnisnya sendiri, terlebih adanya penurunan penjualan pada perusahaan akibat pandemi COVID 19 serta banyaknya pesaing yang bermunculan mengharuskan perusahaan harus memiliki strategi perusahaan yang optimal yang dapat mengatasi penurunan angka penjualan tersebut.

Saat ini dalam hal penjualan *material* untuk proyek kebutuhan industri berdasarkan data penjualan perusahaan, PT.Tricon Dos Sejahtera mengalami penurunan transaksi sebesar 42% sejak Pembatasan Sosial Berskala Besar atau sering disebut PSBB diberlakukan pada bulan april tahun 2020 oleh Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan menurut artikel CNN Nasional, lalu akibat pandemi COVID 19 yang berimbas pada banyaknya pembangunan atau proyek yang di *hold* atau ditunda yang berdampak buruk pada keberlangsungan perusahaan. Hal tersebut mengakibatkan sejumlah penurunan penjualan dan membuat perusahaan mengalami kerugian yang sangat

signifikan dan dapat mengancam keberlangsungan perusahaan. Untuk aktivitas distribusinya sendiri perusahaan melakukan pengiriman sebanyak 4-5 kali dalam seminggu, dengan target pasarnya adalah *Main contractor*, *Sub contractor*, *Retailer* dan proyek pribadi. Sedangkan sistem pemasarannya dilakukan dengan cara pengenalan langsung ke kantor kontraktor, bekerjasama dengan perusahaan *indotrading/indonet*, bekerjasama dengan konsultan dan berkunjung langsung ke proyek.

Perusahaan ini sudah berjalan selama 6 Tahun dan terlibat dengan beberapa pabrik dan juga *supplier* dalam memasok kebutuhan *material* yang akan didistribusikan, Pabrik dan *supplier material* utama PT.Tricon Dos berpusat di china untuk itu pengiriman *material* selalu melibatkan perusahaan jasa ekspor dan impor dengan sistem pemesanan *material* impor rata-rata harus dilakukan 3-4 minggu sebelum *material* dijual ke konsumen.

Saat ini persaingan antar perusahaan penyedia *material* kebutuhan proyek industri cukup ketat dikarenakan banyaknya pesaing yang bermunculan, ditambah lagi banyaknya permasalahan yang terjadi di masa pandemi ini membuat perusahaan mengalami kesulitan dalam menjaga stabilitas perusahaannya seperti dampak nyata terdapat penurunan angka penjualan pada perusahaan maka dari itu perusahaan perlu meninjau ulang aktivitas bisnisnya agar dapat menyusun strategi dalam memaksimalkan kekuatan yang dimiliki, meminimasi kelemahan, memanfaatkan peluang dan mengatasi semua ancaman yang ada. Sehingga perlu dilakukan analisis strategi pemasaran pada perusahaan untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang baik dalam perusahaan PT. Tricon Dos Sejahtera selaku distributor agar dapat mengatasi penurunan angka penjualan, memenuhi kepuasan pelanggan serta meningkatkan *profit* pada perusahaan.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana hasil analisis strategi pada PT.Tricon Dos Sejahtera selaku distributor untuk mengatasi penurunan angka penjualan di masa pandemi COVID 19?
2. Bagaimana mengatasi penurunan penjualan pada perusahaan akibat pandemi COVID 19?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hasil analisis strategi pada PT.Tricon Dos Sejahtera selaku distributor dalam mengatasi penurunan angka penjualan pada perusahaan pada masa pandemi COVID 19.
2. Membuat usulan untuk mengatasi penurunan angka penjualan pada perusahaan akibat pandemi COVID 19.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan Latar belakang, Rumusan Masalah, dan Tujuan Masalah, adapun manfaat yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa
  - a. Untuk menerapkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan
  - b. Hasil penelitian diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan kepada mahasiswa khususnya mengenai analisis strategi pada PT. Tricon Dos Sejahtera selaku distributor.
2. Bagi Perguruan Tinggi
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya mengenai analisis strategi kepada semua mahasiswa Sekolah Tinggi Manajemen Logistik ( STIMLOG)
  - b. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau acuan bagi mahasiswa yang ingin meneliti topik yang serupa.
3. Bagi Perusahaan
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuat perusahaan mengetahui hasil analisis strategi pada perusahaan selaku distributor, sehingga perusahaan mendapat gambaran mengenai strategi perusahaan dan mengetahui akar penyebab masalahnya serta penyelesaiannya agar dapat mengatasi angka penurunan penjualan akibat pandemi COVID 19, dapat memenuhi kepuasan pelanggan serta meningkatkan *profit* pada perusahaan.

### 1.5 Batasan Penelitian

Untuk memudahkan dalam melakukan penelitian, maka dibutuhkan batasan penelitian sehingga proses penelitian menjadi terarah dan jelas, adapun batasan penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian hanya dilakukan pada PT Tricon Dos Sejahtera.
2. Seluruh data yang diambil hanya data dalam satu tahun belakang yaitu tahun 2020.
3. Fokus pada penjualan di masa pandemi COVID 19.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk lebih memahami proses dan alur pemikiran dalam penelitian ini, penulis perlu menjelaskan sistematika penulisan yang digunakan dalam menulis penelitian ini, sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah yang menjadi landasan awal yang melatar belakangi permasalahan dalam skripsi ini, pembatasan dan perumusan masalah yang merupakan batasan dan titik permasalahan yang akan diteliti, tujuan dan manfaat penelitian, kajian (*review*) penelitian terdahulu, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

#### BAB II STUDI PUSTAKA

Berisi tentang landasan teori yang digunakan untuk mendukung proses penelitian yang terdiri dari Pengertian Distribusi, Strategi pemasaran, dan Matriks SWOT yang bertujuan untuk menguatkan metode yang dipakai, memecahkan masalah dan untuk mendukung analisis penulis.

#### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

BAB ini berisi mengenai metode yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah yang diteliti serta mengenai bagaimana urutan cara penulis dalam melakukan penelitian.

#### BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Membahas mengenai hasil analisis penulis yang diteliti dalam skripsi ini, yang meliputi strategi pemasaran pada kegiatan distribusi pada PT. Tricon Dos Sejahtera untuk dapat mengatasi penurunan angka penjualan pada perusahaan akibat pandemi COVID 19.

## BAB V ANALISIS

Bab ini berisi mengenai kajian atau hasil penjelasan dari pengumpulan dan pengolahan data serta berisi analisis mengenai rumusan masalah dan tujuan penelitian sesuai dengan judul yang penulis sampaikan.

## BAB VI PENUTUP

Berisi kesimpulan yang berupa jawaban-jawaban dari permasalahan penelitian yang dikemukakan sebelumnya. Bab ini juga berisi tentang saran yang sifatnya membangun sebagai solusi dari permasalahan yang telah dirumuskan.