

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Pemilihan Judul**

Seperti yang kita ketahui bahwa manusia mempunyai banyak sekali kebutuhan dan keinginan. Teori Hirarki kebutuhan Maslow menyatakan bahwa seiring dengan terpenuhinya kebutuhan dasar seseorang, maka hal ini akan memicu lahirnya kebutuhan-kebutuhan baru yang tingkatannya lebih tinggi.

Dewasa ini masyarakat lebih selektif dalam memilih produk/jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini dapat terlihat semakin meningkatnya volume penjualan serta timbulnya persaingan diantara perusahaan yang ada.

Dengan adanya persaingan tersebut, maka perusahaan harus mampu merencanakan kegiatan program pemasaran yang tepat sebagai kelangsungan hidup perusahaan yang dapat dikendalikan dengan baik. Banyak upaya-upaya yang dapat diselenggarakan oleh perusahaan dalam kegiatan program pemasaran, dimana perusahaan dapat memanfaatkan kegiatan-kegiatan usaha dengan menggunakan strategi yang tepat, sehingga masyarakat dapat mengetahui produk yang ditawarkan dan bagaimana cara mereka mendapatkannya.

Dalam kondisi seperti saat ini untuk mencari dan membangun minat konsumen, maka perusahaan-perusahaan yang ada telah melakukan berbagai macam kegiatan program pemasaran, yang meliputi: produk, promosi, harga dan tempat.

Pada dasarnya program pemasaran merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan pasar sasaran, dimana pemasar harus memilih pasar sasaran yang tepat. Pemasar harus bisa mengevaluasi segmen pasar, memilih segmen pasar dan mengevaluasi segmen pasar yang akan dimasuki.

PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA) adalah perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang industri telekomunikasi. Dalam kegiatannya, perusahaan ini dituntut untuk dapat meningkatkan penjualan melalui kemenangan dalam persaingan dengan perusahaan sejenis.

Pemasar dari PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA) harus dapat merencanakan dan mengimplementasikan program pemasarannya. Dimana program pemasaran tersebut harus dapat mendukung kegiatan perusahaan dalam meningkatkan pasar sasaran.

Bertolak dari keadaan diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul Laporan Tugas Akhir: **“PELAKSANAAN PROGRAM PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PASAR SASARAN PADA PT. GRAHA INFORMATIKA NUSANTARA (GRATIKA).”**

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan program pemasaran pada PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA) ?
2. Bagaimana meningkatkan pasar sasaran pada PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA) ?
3. Apa hambatan dan upaya mengatasi hambatan untuk meningkatkan pasar sasaran melalui pelaksanaan program pemasaran pada PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA) ?

### **1.3. Tujuan Laporan Tugas Akhir**

Tujuan dari Laporan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui:

1. Pelaksanaan program pemasaran pada PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA).
2. Meningkatkan pasar sasaran pada PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA).
3. Hambatan dan upaya mengatasi hambatan untuk meningkatkan pasar sasaran melalui pelaksanaan program pemasaran pada PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA).

#### **1.4. Kegunaan Laporan Tugas Akhir**

Hasil dari penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain :

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat mempertajam pemahaman dan memperluas wawasan peneliti serta sebagai sarana untuk mengaplikasikan konsep dari teori-teori baku yang diperoleh di perkuliahan dengan penerapannya pada kondisi nyata perusahaan.
2. Bagi PT. Graha Informatika Nusantara, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu informasi tambahan atau sumbangan pemikiran dalam menentukan kebijakan-kebijakan atau sebagai bahan evaluasi dalam menetapkan metode yang dipakai dalam pengambilan keputusan sebagai langkah pokok perencanaan perusahaan.
3. Bagi pembaca atau umum, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama atau sebagai bahan bacaan yang bermanfaat.

#### **1.5. Metode Tugas Akhir**

##### **1.5.1. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam Pengumpulan Data, penulis melakukan dengan cara:

1. Studi Lapangan (*Field Research*)
  - a. Observasi, yaitu cara memperoleh data dengan mengadakan pengamatan langsung pada PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA). Dari hasil pengamatan ini kemudian dilakukan pencatatan terhadap objek yang diamati.
  - b. Wawancara, yaitu memperoleh data dengan mengadakan tanya jawab atau dialog langsung dengan pihak yang berhubungan dengan PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA).
  - c. Mempelajari dan menganalisis dokumen-dokumen yang ada di PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA).

### **1.5.2 Teknik Pengolahan Data**

Dalam pengolahan data penulis mengumpulkannya terlebih dahulu kemudian disusun secara berurutan sesuai dengan pembahasan.

### **1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, peneliti melakukan penelitian pada PT. Graha Informatika Nusantara yang bertempat di Jl. Jend. S. Parman Kav. 56, Jakarta. Sedangkan waktu penelitian dilakukan dari bulan Juli 2005 s/d selesai.

