

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejalan dengan perkembangan perekonomian Indonesia yang menuju pada perekonomian lepas landas dan era globalisasi, maka perkembangan dunia usaha dalam berbagai bidang akan mengalami kemajuan yang berimbang pula. Salah satu contoh yang menopang perkembangan perekonomian di Indonesia yaitu kehadiran perusahaan-perusahaan yang bergerak pada sektor jasa yang berperan dalam mendorong lajunya perkembangan khususnya yang menyangkut hajat hidup orang banyak dan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Secara umum telah diketahui bahwa situasi perekonomian di Indonesia sedang mengalami krisis dan hal ini ditandai oleh terjadinya penurunan nilai tukar rupiah terhadap dolar. Situasi seperti itu mengakibatkan pembangunan diberbagai sektor turut terkena dampaknya dan semua kegiatan pembangunan yang telah direncanakan maupun yang sedang dilaksanakan terpaksa ditunda atau dihentikan karena naiknya harga bahan baku.

Untuk mengatasi masalah tersebut, pemerintah berupaya mencari cara agar pembangunan dapat terus dilaksanakan sesuai dengan program yang telah direncanakan, terutama pelaksanaan program pemerintah seperti pembangunan fisik diantaranya jalan raya, gedung-gedung, perumahan dan sarana fisik lainnya. Guna kepentingan tersebut pemerintah turut mengikutsertakan badan-badan usaha jasa konstruksi yang bisa menangani pelaksanaan pekerjaan pembangunan ini.

Saat ini perkembangan pada sektor jasa konstruksi mulai berkembang pesat dan dimulai mendapat perhatian dari berbagai pihak. Hal ini ditunjukkan dengan adanya ketetapan pemerintah melalui Surat Izin Usaha Jasa Konstruksi (SIUJK). Sedangkan pengertian dari jasa konstruksi itu sendiri adalah sebagai usaha dibidang jasa yang berhubungan dengan pelaksanaan pembangunan fisik.

PT. Waskita Karya (Persero) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa konstruksi. Dalam usahanya tersebut, PT. Waskita Karya (Persero) berusaha untuk dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas perusahaan. Untuk itu diperlukan adanya suatu program pemasaran jasa yang terencana dan terkendali sehingga dapat menunjang terlaksananya program pemasaran dalam bidang konstruksi secara baik dan terorganisir.

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah tersebut diatas maka penulis merasa tertarik untuk membahas lebih jauh permasalahan tersebut dalam suatu bentuk Laporan Tugas Akhir dengan judul : **“TINJAUAN PELAKSANAAN PEMASARAN JASA KONTRAKTOR PADA PT. WASKITA KARYA (PERSERO) BANDUNG”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan pemasaran jasa kontraktor pada PT. Waskita Karya (Persero) Bandung.
2. Masalah apa yang dihadapi oleh PT. Waskita Karya (Persero) Bandung dalam pelaksanaan pemasaran jasa kontraktor.
3. Faktor-faktor apa yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan pemasaran jasa kontraktor pada PT. Waskita Karya (Persero) Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mencari data-data dan informasi yang diperlukan berkaitan dengan pelaksanaan pemasaran jasa kontraktor dalam rangka penyusunan Laporan Tugas Akhir untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang program Diploma III jurusan manajemen Universitas Widyatama.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari :

1. Pelaksanaan pemasaran jasa kontraktor pada PT. Waskita Karya (Persero) Bandung.
2. Masalah-masalah yang dihadapi oleh PT. Waskita Karya (Persero) Bandung dalam pelaksanaan pemasaran jasa kontraktor.
3. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan pemasaran jasa kontraktor pada PT. Waskita Karya (Persero) Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dari dua aspek, yaitu:

1. Aspek pengembangan ilmu
2. Aspek pengembangan praktis.

Dari aspek pengembangan ilmu ini diharapkan memberikan manfaat khususnya bagi penulis sendiri diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang manajemen, khususnya pemasaran.

Sedangkan dari aspek pengembangan praktis dapat bermanfaat:

1. Bagi perusahaan, dengan harapan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan perusahaan dalam menghadapi masalah-masalah yang berkaitan dengan pelaksanaan pemasaran jasa kontraktor pada PT. Waskita Karya (Persero) Bandung.
2. Pihak lain, dapat dijadikan bahan dan sumber informasi bagi penelitian dan pengembangan ilmu manajemen dan bisnis, khususnya manajemen pemasaran.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian dan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini dilakukan dengan menggunakan deskriptif. Menurut **Moch. Nazir Ph.D (2003 : 54)**, metode deskriptif adalah **“Suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang”**.

Adapun teknik pengumpulan data lain yang digunakan, yaitu:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dan memahami buku-buku dan literature yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, untuk dapat memperoleh bahan-bahan yang akan dijadikan landasan pemikiran teoritis.

2. Penelitian lapangan (*field research*)

Yaitu mengadakan pengamatan langsung pada perusahaan yang dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

a. Wawancara (*Interview*)

Yaitu mengadakan hubungan secara langsung dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan.

b. Observasi (*Observation*)

Yaitu teknik pengumpulan data atau informasi yang diperoleh secara langsung atas aktivitas yang sedang dilakukan oleh perusahaan serta melakukan pengamatan atas pemasaran jasa perusahaan.

1.6 Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Waskita Karya (Persero) Bandung yang terletak di Jalan Asia Afrika No. 55 Bandung. Penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan selesai.