

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan jaman teknologi informasi menjadi berkembang pesat. Selain itu kebutuhan manusia juga terus bertambah, dari kebutuhan primer ataupun kebutuhan sekunder. Teknologi menjadi peranan penting dalam kehidupan manusia saat ini. Manusia terus mengembangkan teknologi untuk mempermudah pekerjaan sehari – hari. Dalam hal ini bisa dikatakan manusia saat ini sangat tergantung dengan teknologi dalam melakukan pekerjaan sehari – hari. Dengan memanfaatkan teknologi yang ada akan menciptakan peluang usaha berbasis digital. Salah satunya adalah *online shop* yang dapat mempermudah pembeli tanpa berkunjung ke toko atau outlet yang menyediakan berbagai produk. Melalui ponsel para pembeli bisa menjual atau membeli produk – produk yang ditawarkan.

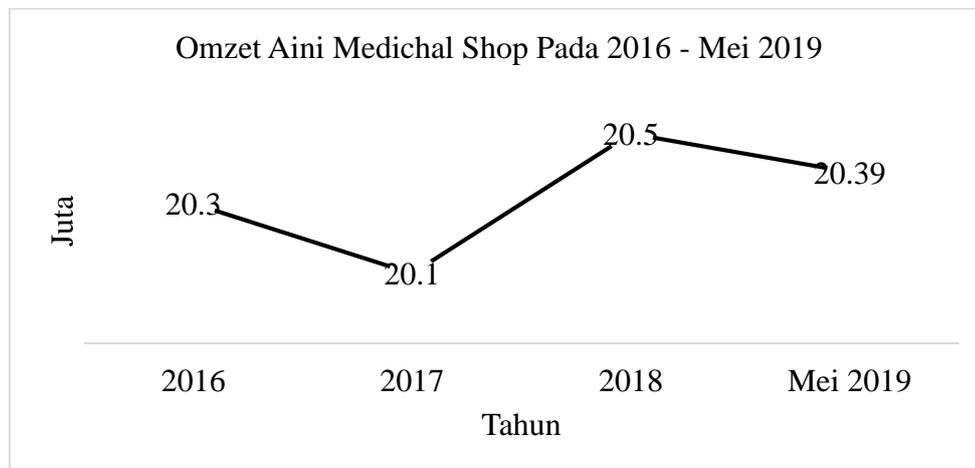
Pemasaran adalah salah satu strategi yang cukup penting dalam dunia usaha. Karena dengan pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan akan sampai ke konsumen. Dalam memasarkan produk atau jasa langkah yang harus diambil adalah dengan memperhatikan faktor – faktor lingkungan, pesaing dan keadaan ekonomi masyarakat sekitar. Salah satu strategi pemasaran yaitu promosi. Promosi merupakan upaya pemberitahuan atau penyampaian pesan yang dilakukan banyak perusahaan untuk mengenalkan jenis produk, keunggulan, membujuk dan mengingatkan kembali informasi tentang perusahaan. Bauran promosi adalah gabungan dari beberapa promosi dari satu produk sama agar promosinya dapat maksimal dan hasilnya memuaskan.

Aini Medical Shop adalah salah satu distributor produk – produk alat kesehatan dan bahan medis habis pakai. Aini Medical Shop terletak di Karangtengah, Demak. Berdiri sejak Mei 2015 yang menyediakan berbagai macam alat kesehatan yang tersedia, baik yang diperuntukkan dirumah, klinik, apotek, rumah sakit, perkantoran, laboratorium kesehatan maupun di instansi – instansi pemerintahan. Pemilik medichal shop ini adalah Ibu Nur Aini, A.Md. Keb. Dengan

berbagai macam produk yang menarik perhatian segala usia, dari alat kesehatan untuk anak – anak sampai dewasa. Adapun produk alat kesehatan yang tersedia yaitu berupa stetoskop, timbangan berat badan, kruk, *easytouch*, dan lain – lain. Sedangkan bahan medis habis pakai yaitu berupa masker, perban, plester, sarung tangan, *sputit* (suntikan), alkohol, betadin, dan lain – lain.

Dilingkungan sekitar yaitu didaerah Karangtengah – Demak hanya Aini Medical Shop yang menyediakan alat kesehatan dan bahan medis habis pakai, sehingga tidak ada pesaing yang menjadi kendala bagi Aini Medical Shop. Dalam sistem pemasaran alat kesehatan yang digunakan pada Aini Medical Shop ini masih memanfaatkan media sosial yang ada saat ini seperti Facebook, Instagram, dan juga Whatsapp. Selain itu promosi juga dilakukan hanya dengan memanfaatkan kekuatan *word of mouth* atau yang biasa disebut dengan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini dikarenakan tidak adanya tenaga sales untuk memasarkan ke apotek – apotek atau klinik – klinik. Sehingga ruang lingkup untuk memasarkan masih terbatas, hanya orang yang terdekat yang mengetahui produk – produk tersebut. Akibatnya akan berpengaruh terhadap omzet yang didapat Aini Medical Shop.

Dalam dunia usaha tentunya mengharapkan omzet atau pendapatan yang didapat banyak dan stabil atau bahkan selalu meningkat dari tahun ke tahun selanjutnya. Penjualan produk akan berpengaruh terhadap omzet yang didapat, semakin banyak produk yang dipasarkan dan terjual maka semakin banyak pula keuntungan yang diperoleh. Omzet yang diperoleh Aini Medichal Shop mulai pada 2016 hingga Mei 2019 dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. 1 Omzet Aini Medichal Shop Tahun 2016 - Mei 2019

(Sumber : Aini Medichal Shop)

Berdasarkan gambar 1 dapat dilihat bahwa pada 2016 omzet Aini Medichal Shop mencapai 20,3 juta rupiah, pada tahun 2017 omzet Aini Medichal Shop mengalami penurunan yaitu 20,1 juta rupiah, pada tahun 2018 mengalami peningkatan omzet yang cukup banyak yaitu 20,5 juta rupiah dan sampai bulan Mei 2019 omzet mengalami penurunan yaitu sekitar 20,39 juta rupiah. Berdasarkan gambar I, maka dapat disimpulkan bahwa omzet pada Aini Medichal Shop bisa terbilang *stagnan* atau mendatar yaitu tidak mengalami kenaikan yang cukup tinggi dari tahun ke tahun. Jika dibiarkan akan mengalami kerugian. Hal ini dikarenakan Aini Medical Shop belum menemukan strategi yang tepat dalam memasarkan produk – produknya kepada konsumen – konsumen. Sehingga perlu diadakannya penelitian untuk membantu permasalahan yang sedang dihadapi Aini Medical Shop untuk saat ini. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan strategi pemasaran saat ini yang diterapkan oleh Aini Medical Shop belum dapat memberikan hasil yang maksimal. Semakin banyaknya kompetitor yang muncul membuat persaingan diantara mereka semakin ketat.

Aini Medical Shop sangat perlu untuk melakukan evaluasi alternatif strategi pemasaran sebagai media promosi yang diterapkan untuk mengetahui efisiensi promosi dengan mendapatkan hasil semaksimal mungkin. Jika bisa diketahui alternatif strategi pemasaran yang paling efektif maka alternatif strategi yang

terbukti kurang efektif akan dikurangi atau dihilangkan sehingga bisa menekan biaya promosi tanpa mengurangi hasil. Promosi di Aini Medical Shop berfungsi untuk memperkenalkan produk - produk yang ada di Aini Medical Shop yang tujuannya agar masyarakat mendapatkan informasi tentang alat kesehatan dan bahan medis habis pakai dan tertarik untuk membeli di Aini Medical Shop.

Aini Medical Shop belum mampu untuk bersaing dengan kompetitor yang ada, dikarenakan penerapan strategi pemasaran yang kurang baik saat ini. Dalam memilih strategi pemasaran yang efektif dan lebih baik, dibutuhkan penelitian dari berbagai faktor yang memungkinkan, termasuk faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap performansi Aini Medical Shop. Selain itu juga Aini Medical Shop masih terbilang baru. Sehingga membutuhkan banyak berbagai pilihan alternatif strategi pemasaran dimana komponen – komponen atau elemen – elemen yang ada didalam alternatif strategi pemasaran tersebut saling ketergantungan atau berhubungan satu sama lain. Sistem pendukung keputusan merupakan sistem berbasis komputer yang interaktif, yang membantu pengambil keputusan memanfaatkan data dan model untuk menyelesaikan masalah- masalah yang tak terstruktur dan meningkatkan kualitas keputusan. Sistem pendukung keputusan dapat membantu dalam menentukan pemilihan media promosi banyak digunakan dalam dunia usaha untuk tujuan mempromosikan produk dengan menggunakan suatu metode.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis menganalisa dalam pemilihan strategi pemasaran untuk penjualan alat kesehatan dan bahan medis habis pakai. Dengan menyusun beberapa strategi pemasaran dan pemilihan alternatif dalam pemasaran dengan mempertimbangkan kriteria – kriteria yang telah ditentukan, sehingga akan terpilih strategi pemasaran yang tepat.

1.2 Perumusan Masalah

Dalam latar belakang masalah tersebut Aini Medical Shop membutuhkan pilihan beberapa alternatif untuk mampu bersaing dengan pesaingnya, dan menggunakan metode mana yang akan digunakan untuk mencari alternatif strategi

pemasaran yang tepat untuk diterapkan. Maka perumusan masalah yang mendasari pembuatan Tugas Akhir ini adalah:

1. Apa metode yang tepat digunakan untuk mencari alternatif strategi pemasaran yang akan diterapkan di Aini Medical Shop ?
2. Apa alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan di Aini Medical Shop agar mampu bersaing dengan pesaingnya ?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka penulis memberikan batasan masalah dalam pembuatan sistem ini, yaitu penelitian dilakukan di Aini Medical Shop. Dalam penelitian ini tidak menghitung perubahan omzet setelah strategi pemasaran yang terpilih diterapkan di Aini Medical Shop. Didalam penelitian ini hanya akan menganalisa apakah metode – metode yang akan dipilih dapat diterapkan di Aini Medical Shop dan sesuai dengan kondisi saat ini yang sedang dihadapi Aini Medical Shop.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian yang dilakukan pada Aini Medical Shop ini adalah:

1. Mengidentifikasi dan menganalisa alternatif strategi pemasaran.
2. Mengidentifikasi dan menganalisa kriteria dalam pembangun strategi pemasaran melalui metode yang digunakan.
3. Membantu dalam mengambil keputusan dalam pemilihan strategi pemasaran yang lebih baik.

1.5 Manfaat

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Sebagai proses pembelajaran dan media dalam menerapkan secara langsung dilapangan metode – metode yang didapat dari bangku kuliah untuk menghadapi permasalahan dalam dunia kerja dalam masalah analisis pemasaran produk.

2. Bagi Aini Medical Shop

1. Memberikan alternatif kepada Aini Medichal Shop dalam pemilihan strategi pemasaran yang lebih baik.
2. Membantu menganalisa kriteria dalam pembangun strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi.
3. Memperluas ruang lingkup pemasaran produk – produk Aini Medichal Shop.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi orang yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang, sehingga dapat mempermudah dalam melakukan penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

- **BAB I.** Merupakan latar belakang tugas akhir, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian, batasan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan laporan tugas akhir. Pada bab ini dibutuhkan agar dalam penulisan laporan ini dapat diketahui secara mendetail dari kondisi dan latar belakang pelaksanaan penelitian serta tujuan dan arahan penulisan hasil penelitian yang dilakukan pada Aini Medical Shop.
- **BAB II.** Memuat penjelasan tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah Tugas Akhir dan merumuskan hipotesis dari berbagai referensi yang dijadikan landasan pada kegiatan