

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah kemajuan teknologi yang sangat pesat, manusia dituntut untuk bekerja dengan cepat dan menyelesaikan tugas secara sistematis. Banyak wirausahawan melihat hal tersebut sebagai kesempatan bisnis yang menarik, sehingga muncul berbagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penyedia layanan perangkat lunak (*Software*). Software diciptakan untuk memudahkan berbagai pekerjaan manusia di dalam berbagai aspek kehidupan. Atas peran tersebut, Software memiliki nilai ekonomi yang sangat tinggi di era modern seperti saat ini.

Menurut **Roger S. (2002)** , yang dimaksud dengan Perangkat Lunak (*Software*) adalah suatu perintah program dalam sebuah komputer, yang apabila dieksekusi oleh usernya dapat memberikan fungsi dan juga unjuk kerja yang diinginkan oleh user. Pernyataan ini menggambarkan bahwa software atau perangkat lunak ini berfungsi untuk memerintah komputer, agar komputer tersebut dapat bekerja secara optimal sesuai dengan keinginan pemakainya.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyedia layanan perangkat lunak adalah PT. Tiara Total Sinergi (TTS). Fokus TTS adalah menyediakan produk-produk perangkat lunak serta solusi-solusi yang dapat membantu perusahaan, organisasi, komunitas, dan pemerintah dalam menjalankan proses bisnisnya. TTS terus mencari dan berusaha menggali solusi untuk permasalahan yang dihadapi di dalam dunia kerja, berinovasi dalam menciptakan perangkat lunak, dan berusaha menjadikan peluang sebagai kemungkinan yang bernilai ekonomis.

Munculnya berbagai kompetitor menjadi tantangan yang berat bagi pemasar perusahaan jasa penyedia perangkat lunak. Terlebih karena industri jasa sangat mengandalkan kepercayaan dari pelanggan loyal. Tantangan muncul berasal dari

market leader yang mayoritas dimiliki oleh perusahaan asing yang sudah sangat terpercaya dan profesional. Untuk itu pemasar pada PT.Tiara Total Sinergi menggunakan sejumlah alat untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari pasar sasaran TTS. Alat-alat tersebut membentuk suatu bauran pemasaran (*Marketing Mix*).

Menurut Philip Kotler (2005:17), pengertian bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus –menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Dalam perusahaan yang menghasilkan produk berupa barang, bauran pemasaran tradisional 4P (Produk, Price, Promotion, dan Place) sudah cukup untuk diandalkan. Namun, dalam perusahaan jasa 4P tidak cukup untuk memahami hubungan timbal balik antara aspek-aspek kunci dalam bisnis jasa.

Menurut **Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti (2015;64)**, bauran pemasaran 4P tidak begitu tepat, melainkan Bauran pemasaran yang diperluas lah yang lebih tepat. Unsur People, Process, serta Physical Evidance ditambahkan ke dalam bauran pemasaran jasa dikarenakan sifat dan karakteristik unik yang dimiliki oleh jasa itu sendiri.

berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan pengamatan secara mendalam terhadap pemasaran jasa pada PT.Tiara Total Sinergi, sebagai objek pengamatan dan observasi penulis. Selanjutnya hasil dari pengamatan dan observasi ini penulis tuangkan dalam bentuk Tugas Akhir yang merupakan syarat dari ujian sidang kelulusan dengan mengambil judul **“IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN JASA PENYEDIAAN PERANGKAT LUNAK PADA PT.TIARA TOTAL SINERGI”**

1.2 Ruang Lingkup Penulisan

Unsur Bauran Pemasaran 4P tradisional dianggap kurang tepat untuk diaplikasikan terhadap perusahaan pada bidang jasa. Oleh karena itu, unsur bauran pemasaran pada sektor jasa diperluas. 3 unsur tambahan yakni *People*, *Process*, dan *Physical Evidance* dimasukkan ke dalam unsur bauran pemasaran jasa. Pengawasan internal di dalam pelaksanaan kegiatan bisnis pun diperlukan untuk dapat mengetahui apakah bauran pemasaran yang telah ditetapkan merupakan formulasi yang tepat.

Dalam rangka membatasi pokok bahasan yang akan dipaparkan sekaligus memudahkan penulisan laporan tugas akhir ini, berikut adalah ruang lingkup tentang Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Penyediaan Perangkat Lunak PT. Tiara Total Sinergi :

1. Bagaimana layanan dan produk (*Product*) yang diberikan oleh PT.Tiara Total Sinergi?
2. Bagaimana PT.Tiara Total Sinergi menetapkan harga (*Price*) untuk setiap layanan yang diberikan?
3. Media promosi (*Promotion*) apa yang digunakan oleh PT.Tiara Total Sinergi dalam menjalankan kegiatan promosi?
4. Bagaimana strategi PT.Tiara Total Sinergi dalam menetapkan lokasi (*Place*) atau tempat untuk menjalankan kegiatan bisnis?
5. Proses (*Process*) atau kegiatan apa saja yang dilakukan PT.Tiara Total Sinergi dalam melayani pelanggan?
6. Keahlian dan kompetensi apa yang dibutuhkan setiap SDM (*People*) yang dimiliki PT.Tiara Total Sinergi?
7. Fasilitas (*Physical Evidance*) seperti apa yang dimiliki oleh PT.Tiara Total Sinergi untuk menunjang kegiatan pelayanan pelanggan?
8. Bagaimana Pengawasan Internal Terhadap Kegiatan Bisnis yang Dilakukan PT. Tiara Total Sinergi?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan

1.3.1 Tujuan Penulisan

Dengan melihat ruang lingkup di atas, maka tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana layanan dan produk (*Product*) yang diberikan oleh PT.Tiara Total Sinergi
2. Mengetahui bagaimana PT.Tiara Total Sinergi menetapkan harga (*Price*) untuk setiap layanan yang diberikan
3. Mengetahui media promosi (*Promotion*) apa yang digunakan oleh PT.Tiara Total Sinergi dalam menjalankan kegiatan promosi
4. Mengetahui bagaimana strategi PT.Tiara Total Sinergi dalam menetapkan lokasi (*Place*) untuk menjalankan kegiatan bisnis
5. Mengetahui proses (*Process*) dan kegiatan apa saja yang dilakukan PT.Tiara Total Sinergi dalam melayani pelanggan
6. Mengetahui keahlian dan kompetensi apa yang dibutuhkan setiap SDM (*People*) yang dimiliki PT.Tiara Total Sinergi
7. Mengetahui fasilitas (*Physical Evidance*) seperti apa yang dimiliki oleh PT.Tiara Total Sinergi untuk menunjang kegiatan pelayanan pelanggan
8. Mengetahui Bagaimana Pengawasan Internal Terhadap Kegiatan Bisnis yang Dilakukan PT. Tiara Total Sinergi

1.3.2 Kegunaan Penulisan

Hasil penulisan ini diharapkan berguna untuk :

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Menambah pengalaman dan pengetahuan sebagai bekal di masa depan dengan menerapkan kombinasi antara keadaan teoritis dan keadaan praktis lapangan.

- b. Mengembangkan dan mengamalkan ilmu yang diperoleh dari bangku perkuliahan dan mencoba menemukan sesuatu yang baru dan belum diperoleh di pendidikan formal.
2. Bagi PT.Tiara Total Sinergi
 - a. Tanda jalinan hubungan yang baik antar Akademisi Universitas Diponegoro dengan PT.Tiara Total Sinergi
 - b. Diharapkan Tugas Akhir ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan saran dalam menangani masalah dan hambatan-hambatan yang timbul dalam pelaksanaan bauran jasa.
3. Bagi Akademisi Universitas Diponegoro
 - a. Memanfaatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum yang sesuai dengan ketentuan di lingkungan perusahaan.
 - b. Menumbuhkan kerjasama yang saling menguntungkan dan manfaat dengan pihak-pihak tertentu.

1.4 Cara Pengumpulan Data

1.4.1 Data Penelitian

Menurut **Soeranto dan Arsyad (2003:72)**, data adalah semua hasil observasi atau pengukuran yang telah dicatat untuk suatu keperluan tertentu. Menurut sifatnya data yang digunakan dalam penulisan Tugas akhir ini terbagi menjadi dua, yakni:

1. Data Primer
Menurut **Indrianto dan Supomo (2002:146)**, data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau melalui perantara. Data primer yang diperoleh dari kerja praktik ini adalah berupa data tentang aspek bauran pemasaran jasa PT.Tiara Total Sinergi.
2. Data Sekunder
Menurut **Marzuki (2002:56)**, data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh penulis. Data sekunder yang

diperoleh dari kerja praktik ini adalah profil umum PT.Tiara Total Sinergi antara lain seperti visi dan misi, struktur organisasi, dan lain sebagainya.

1.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara kerja untuk mendapatkan data. Pengumpulan data dalam penulisan Tugas Akhir ini menggunakan metode sebagai berikut:

1. Studi Pustaka (*Library Research*)

Menurut **Groys Keraf (1989:163)**, studi pustaka adalah metode dengan cara membaca buku-buku bacaan yang memberikan gambaran umum mengenai persoalan yang akan dikerjakan dan diperlukan dalam suatu penulisan serta merupakan bahan penulisan. Penulis memperoleh data dari buku-buku referensi yang terdapat pada perpustakaan sebagai literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang akan ditinjau dan berhubungan dengan judul penulisan Tugas Akhir.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

- a. Metode Wawancara

Menurut **Marzuki (2000:62)**, metode wawancara adalah suatu cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak, yang dikerjakan dengan sistematis dan berdasarkan tujuan penulisan. Dalam Kuliah Kerja Praktek ini, wawancara dilakukan dengan Pembimbing lapangan penulis pada jam kerja pada Divisi Marketing PT.Tiara Total Sinergi mengenai penerapan aspek bauran pemasaran jasa dalam penyediaan perangkat lunak (*Software*) pada PT.Tiara Total Sinergi.

- b. Metode Observasi

Menurut **Marzuki (2002:58)**, metode observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala dan fenomena yang diselidiki.

Penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti dengan cara kerja praktik pada tanggal 23 Januari 2017 sampai dengan tanggal 21 April 2017 pada Div. Marketing PT. Tiara Total Sinergi.

1.5 Sitematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman terhadap permasalahan yang hendak dibicarakan dan memberikan gambaran obyek kepada pembaca mengenai topik yang akan dibahas, maka disusun sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, ruang lingkup penulisan, tujuan dan kegunaan penulisan Tugas Akhir, serta cara pengumpulan data.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang profil umum PT. Tiara Total Sinergi, Visi dan Misi, nilai-nilai yang terdapat pada perusahaan, arti logo perusahaan, struktur organisasi serta uraian singkat unit kerja lapangan.

BAB III : PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang tinjauan teori dan tinjauan praktek.

Tinjauan teori meliputi: Pengertian Pemasaran, Pengertian Manajemen Pemasaran, Pengertian Jasa, Karakteristik Jasa, Klasifikasi Jasa, dan Bauran Pemasaran Jasa.

Tinjauan praktek meliputi: Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa PT. Tiara Total Sinergi yang terdiri dari: 1) layanan dan produk, 2) strategi penentuan harga, 3) media dan kegiatan promosi, 4) strategi pemilihan lokasi bisnis, 5) proses pelayanan pelanggan, 6) SDM PT. Tiara Total Sinergi, 7) bukti fisik penunjang kegiatan pemasaran pada PT. Tiara Total Sinergi, dan yang terakhir 8)

Pengawasan Internal Terhadap Kegiatan Bisnis yang Dilakukan PT. Tiara Total Sinergi

BAB IV : PENUTUP

Pada bagian penutup ini berisi tentang rangkuman yang telah di tulis dalam pembahasan dan kesimpulan yang terkait dengan BAB III mengenai penerapan bauran pemasaran jasa penyediaan perangkat lunak oleh PT. Tiara Total Sinergi.