

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis semakin lama semakin ketat, dimana tingkat kemauan konsumen begitu tinggi dan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Melihat hal tersebut, para pelaku bisnis atau perusahaan akan berlomba-lomba dalam memenuhi kebutuhan konsumen, serta akan lebih cermat lagi dalam melakukan strategi pemasaran demi tercapainya tujuan umum dalam suatu perusahaan, yaitu memperoleh laba.

Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan. Hal ini akan sangat membantu perusahaan dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman.

Dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang baru dan inovatif dalam menunjang peningkatan penjualan dari perusahaan atau pelaku bisnis itu sendiri, sehingga dapat bersaing dengan para pesaing dan tercapainya suatu tujuan perusahaan. Keberhasilan suatu strategi pemasaran yang diterapkan oleh suatu perusahaan atau pelaku bisnis, tergantung pada analisa dan pengamatan yang cermat terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan itu sendiri.

Sebagaimana diketahui bahwa keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang selalu mengalami perubahan yang terjadi setiap saat dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan umumnya dan pada bidang pemasaran khususnya. Disamping itu, strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau paduan pada beberapa sasaran pasar.

Salah satu strategi pemasaran yang sedang berkembang saat ini yaitu dengan menggunakan media *internet*, khususnya *website*. Hampir seluruh perusahaan kecil maupun besar saat ini telah menggunakan *website* untuk melakukan kegiatan pemasaran. Pemasaran dengan menggunakan *website* telah menjadi media penyebaran informasi yang efektif, cepat, luas dan mudah diakses dimana saja dan kapan saja selama terdapat akses internet.

Melihat sangat efektifnya media penyebaran informasi menggunakan *internet* tersebut, maka tidak heran apabila saat ini perusahaan kecil maupun besar menggunakan media *internet* sebagai media untuk beriklan dan memperkenalkan, serta membujuk para konsumen agar menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Fandy Tjiptono, menyatakan bahwa definisi strategi pemasaran adalah:

"Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut."¹

BAGindo KPS Productions merupakan salah satu rumah produksi (*Production House*) yang bergerak pada bidang video *productions* dan berdiri sejak tahun 2002. Berawal dari sebuah hobi, kini BAGindo KPS Productions telah berkembang dan dipercaya oleh para kliennya untuk memproduksi berbagai video, mulai dari video dokumentasi, video *online*, video iklan dan sebagainya. Selain itu, BAGindo KPS Productions juga memiliki beberapa program, salah satunya yaitu MacindosTV. MacindosTV adalah suatu program dalam bentuk *website* atau video *podcast* yang dikemas dalam bahasa Indonesia secara episodik dan dimaksudkan untuk menyebarluaskan pengetahuan atau informasi seputar perangkat Apple (iPhone, iPad, Macintosh dan sebagainya).

Melalui program *website* ini, secara tidak langsung menimbulkan peluang bagi para pelaku bisnis atau perusahaan agar dapat memperkenalkan suatu produk dan jasa yang ditawarkan. Melihat hal tersebut diperlukan suatu strategi pemasaran yang baik agar perusahaan atau pelaku bisnis dapat tertarik beriklan melalui *website* MacindosTV,

¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke tiga (Yogyakarta: Andi Publisher, 2011), p. 39.

sehingga menghasilkan suatu penghargaan baik materil maupun non-materil.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti strategi pemasaran yang inovatif dan baik pada *website* MacindosTV sebagai bahan pembuatan karya ilmiah yang berjudul "**Analisa Strategi Pemasaran Iklan Pada Website MacindosTV Dengan Menggunakan SWOT.**"

B. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan, maka penulis membuat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh MacindosTV?
2. Bagaimanakah strategi pemasaran iklan pada *website* MacindosTV dengan menggunakan SWOT?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan dalam pembuatan karya ilmiah ini adalah sebagai berikut:

- a. Dapat mendeskripsikan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh MacindosTV.

- b. Dapat menganalisa strategi pemasaran iklan pada *website* MacindosTV dengan menggunakan SWOT.

2. Manfaat Penulisan

Manfaat yang diberikan dalam pembuatan karya ilmiah ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk Perusahaan

Dapat dijadikan salah satu bahan evaluasi bagaimana strategi pemasaran yang baik dalam memasarkan suatu produk.

- b. Untuk Fakultas Ekonomi UNJ

Penulisan ini dapat menjadi referensi tentang penelitian dan mengembangkannya menjadi lebih baik.

- c. Untuk Pembaca

Dapat dijadikan bahan bacaan yang menarik dan menambah wawasan pembaca mengenai tema yang dibahas.

- d. Untuk Penulis

Penelitian ini menjadi salah satu media penerapan teori yang telah dipelajari dan lebih memperdalam ilmu tentang strategi pemasaran.