

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk berkembang, dan memaksimalkan laba. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan konsumen jika perusahaan tersebut menginginkan usahanya tetap berjalan terus dan agar reputasi perusahaan dikenal baik oleh masyarakat. Menurut Sunyoto (2014), pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Seorang pemasar dituntut untuk memahami permasalahan pokok di bidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2016), Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran nilai barang dan jasa secara bebas dengan orang lain. Dari definisi diatas pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah usaha untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan masyarakat agar terciptanya kepuasan konsumen, dan menentukan bagaimana cara promosi agar produk dapat dikenal masyarakat luas yang dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan.

Perusahaan mempunyai tujuan untuk keberlangsungan perusahaannya yang akan tercapai apabila usahanya dijalani bersamaan dengan pelaksanaan pemasaran yang baik. Dengan melakukan manajemen pemasaran yang baik maka perusahaan akan dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki perusahaan sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan. Perkembangan perusahaan pada saat ini baik itu penyedia produk ataupun jasa sudah sangat besar, beberapa perusahaan dianggap maju dan memiliki keunggulan masing-masing untuk memperkenalkan perusahaan

dan produk yang mereka jual. Tumbuh dan berkembangnya suatu perusahaan dipengaruhi oleh kualitas tenaga kerja untuk menunjang kegiatan yang menyangkut dengan hal menghasilkan keuntungan.

Perusahaan dapat berkembang jika perusahaan tersebut mempunyai sumber daya yang baik. Didukung juga dengan kreativitas yang tinggi perusahaan juga akan berani menghadapi pasar yang berubah-ubah. Setiap perusahaan dituntut untuk melakukan kreativitas terhadap produk yang dipasarkan. Kreativitas produk memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan menggabungkan ide baru dari ide yang telah dimilikinya yang bersumber dari pihak pelanggan sehingga membentuk kreativitas produk yang dapat memberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Tak hanya kreatifitas, inovasi juga sangat diperlukan dalam perkembangan perusahaan.

Inovasi memiliki fungsi yang khas bagi wirausahawan. Dengan inovasi wirausahawan menciptakan baik sumber daya produksi baru maupun pengelolaan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan sesuatu yang tidak ada menjadi ada. Dengan demikian inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang lebih baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi. Perusahaan dapat melakukan berbagai inovasi dengan membuat berbagai macam desain produk dan menambah nilai guna suatu barang. Inovasi sangat penting bagi sebuah perusahaan. Inovasi produk juga merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat.

Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi yang pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan pada perusahaan tersebut. Dengan semakin berkembangnya suatu bidang usaha pasti akan banyak usaha sejenis yang bermunculan, hal ini juga terjadi pada usaha jasa PT. Sparkling Global Corporindo Malang yang berdiri sejak tahun 2013. PT Sparkling Global Corporindo (dahulu CV. Pratama Kreasindo) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) dan jasa Advertising yang berlokasi di Kota Malang Jawa Timur. Berbekal pengalaman dan kompetensi yang memadai, siap

menjadi mitra strategis dalam merencanakan dan mewujudkan visi yang sesuai dengan harapan perusahaan klien.

Komitmen dalam menghadirkan ide-ide kreatif dan tim yang memiliki integritas tinggi dalam menghasilkan output terbaik adalah kunci kesuksesan yang di junjung tinggi. Perusahaan *event organizer* yang mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Dalam persaingan yang semakin ketat perusahaan harus memiliki daya saing yang cukup kuat untuk dapat terus bersaing dengan perusahaan lainnya terutama perusahaan sejenis. Setiap perusahaan pasti memiliki strategi yang berbeda dalam mencapai keunggulan bersaing. Porter dalam Setiawan (2012) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Keunggulan kompetitif merupakan sejauh mana sebuah organisasi mampu menciptakan posisi dimana dapat mempertahankan pasar selama masih adanya pesaing. Perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif melalui kemampuan kompetitif atau prioritas yang didefinisikan sebagai preferensi strategis atau dimensi dimana perusahaan memilih untuk bersaing di pasar yang ditargetkan (Russell & Millar, 2014).

Penelitian ini dilakukan pada PT Sparkling Global Corporindo Kota Malang. Perusahaan ini bergerak dalam bidang *event organizer* yang menawarkan *even management, corporate gathering, seminar dan workshop, outbond dan team building, launching and Grand Opening, konser musik, festival dan exhibition, wedding organizer dan incentive tour*. Keunikan dan kredibilitas suatu usaha terutama di *event organizer* semakin di tekankan dan diutamakan dalam menjalankan bisnis *event organizer* untuk mempertahankan usahanya dari persaingan yang semakin ketat ungkap salah satu marketing Sparkling Indonesia. Upaya untuk mempertahankan dan memperkenalkan usaha *event organizer* kepada calon klien yaitu menunjukkan kredibilitas dari *event-event* yang telah terlaksana. Untuk tetap dapat beroperasi dan menghasilkan keuntungan, maka PT Sparkling Global Corporindo harus memiliki keunggulan bersaing agar dapat menguasai pasar.

Keunggulan kompetitif berasal dari kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan kekuatan internalnya untuk merespon peluang lingkungan eksternal sambil menghindari ancaman eksternal dan kelemahan internal (Mooney, 2017). Keunggulan bersaing merupakan suatu hal yang harus dimiliki oleh perusahaan agar dapat memenangkan persaingan dalam industri dengan para perusahaan sejenis. Keunggulan bersaing merupakan suatu proses dinamis bukan sekedar dilihat sebagai hasil akhir. Hal ini dikarenakan keunggulan bersaing berasal dari banyaknya aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya. Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan suatu kondisi yang dimiliki perusahaan dimana melebihi pesaingnya.

Salah satu hal yang perlu dilakukan PT Sparkling Global Corporindo dalam meningkatkan keunggulan bersaing adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan. Pelayanan adalah hal yang paling utama, maka unsur-unsur pelayanan dan dimensi pelayanan harus terpenuhi dan terlaksana dengan baik. Seperti yang dilakukan oleh Sparkling dalam menerapkan pelayanan prima selama ini, misalnya memahami tujuan dan kebutuhan klien sesuai dengan konsep desain yang diinginkan oleh klien, responsif terhadap pertanyaan dan permintaan dari klien atau peserta acara dengan komunikasi yang baik, kemampuan dari Sparkling untuk memberikan ide-ide kreatif dan inovatif yang memberikan kepuasan serta pengalaman baru ke klien dan peserta acara, memiliki vendor dan mitra yang berkualitas untuk memastikan semua aspek acara berjalan dengan baik, mampu merespons dan menyelesaikan masalah dengan cepat dan efektif, dan setelah acara selesai Sparkling melakukan evaluasi bersama untuk mengevaluasi keberhasilan acara dan menilai apa yang perlu ditingkatkan dalam layanan mereka di masa mendatang. Dengan menerapkan pelayanan prima yang sudah Sparkling berikan tersebut, maka akan berdampak pada keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan akan senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik untuk para kliennya supaya selalu merasa puas dan melakukan pembelian ulang.

Semakin ketatnya persaingan pada perusahaan *event organizer* di Malang dan harga paket jasa yang ditawarkan juga beragam, membuat PT Sparkling Global Corporindo harus mampu mempertahankan keunggulan kompetitif untuk dapat bersaing dengan kompetitor di wilayah Malang dan sekitarnya. Maka dari itu peneliti ingin mencoba untuk membuat *scriptpreneur* dalam perancangan strategi peningkatan dan pengembangan keunggulan kompetitif melalui pelayanan prima pada perusahaan *event organizer* di PT Sparkling Global Corporindo. Sehingga diharapkan nantinya pemilik beserta karyawan dapat melihat dan merasakan sendiri bentuk saran dan hal-hal yang perlu dipelajari kembali berdasarkan pengalaman nyata dari strategi yang dibuat oleh peneliti. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk menyusun *scriptpreneur* dengan judul: **“Penerapan Strategi Keunggulan Kompetitif Melalui Pelayanan Prima PT Sparkling Global Corporindo Malang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana penerapan strategi keunggulan kompetitif melalui pelayanan prima pada PT. Sparkling Global Corporindo Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelayanan prima dapat menciptakan keunggulan bersaing pada perusahaan PT Sparkling Global Corporindo Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulisan ini memiliki dua manfaat yaitu manfaat secara akademis dan manfaat praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. Sebagai salah satu informasi untuk perusahaan PT. Sparkling Global Corporindo Malang yang ingin meningkatkan perluasan pasar melalui strategi pemasaran yang tepat.

- b. Bagi pihak pembaca dan penulis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana penambah pengetahuan, wawasan dalam dunia bisnis dan strategi pemasaran.

2. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan sumber bacaan dalam strategi menerapkan pelayanan prima untuk menciptakan keunggulan bersaing pada PT. Sparkling Global Corporindo Malang.
- b. Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian sejenis.

