

# BAB 1

## PENDAHULUAN

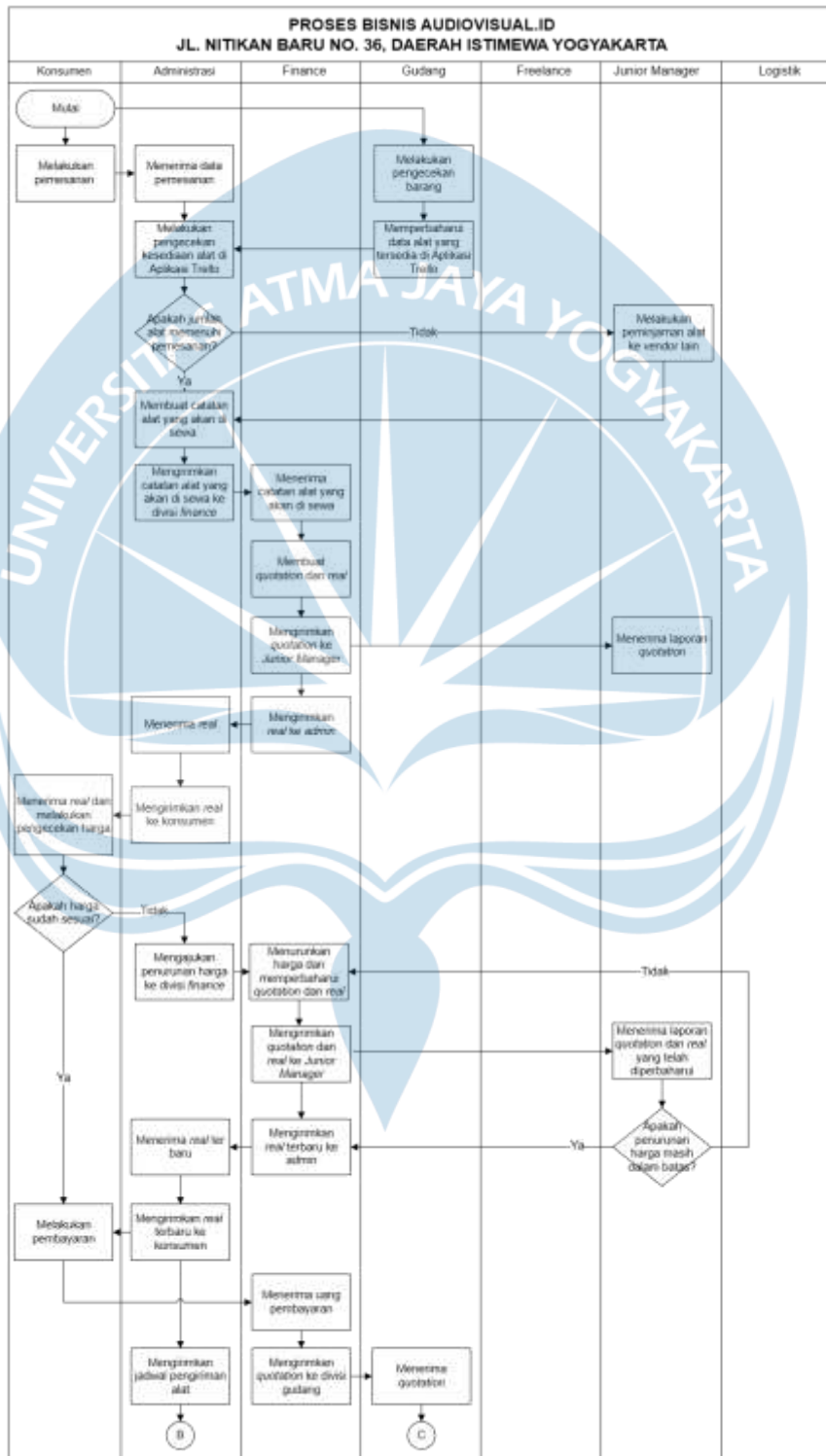
### 1.1. Latar Belakang

Adanya perkembangan era *digital* saat ini, banyak perusahaan harus mengembangkan bisnisnya dengan memanfaatkan teknologi internet sebagai media promosi perusahaan. Pemanfaatan teknologi internet tersebut sangat berdampak pada luasan target konsumen untuk dapat mengetahui informasi seputar bisnis tersebut. Suatu bisnis memerlukan adanya merek khusus atau *branding* terhadap perusahaannya dengan tujuan menciptakan adanya *brand awareness* dikalangan masyarakat dan dapat mencapai pada titik *positioning* di masyarakat. Menurut Kotler dan Keller (2012), American Marketing Association mendefinisikan merek atau *brand* sebagai nama, istilah, lambang, desain, atau kombinasi yang berguna untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk mereka dari para pesaing. Proses suatu *branding* itu sendiri harus beriringan dengan kinerja manajemen perusahaan dalam menyusun strategi yang sesuai dan dapat diterima di masyarakat. Strategi *branding* akan berjalan secara maksimal dan efektif dengan adanya proses pemasaran yang baik dari perusahaan itu sendiri.

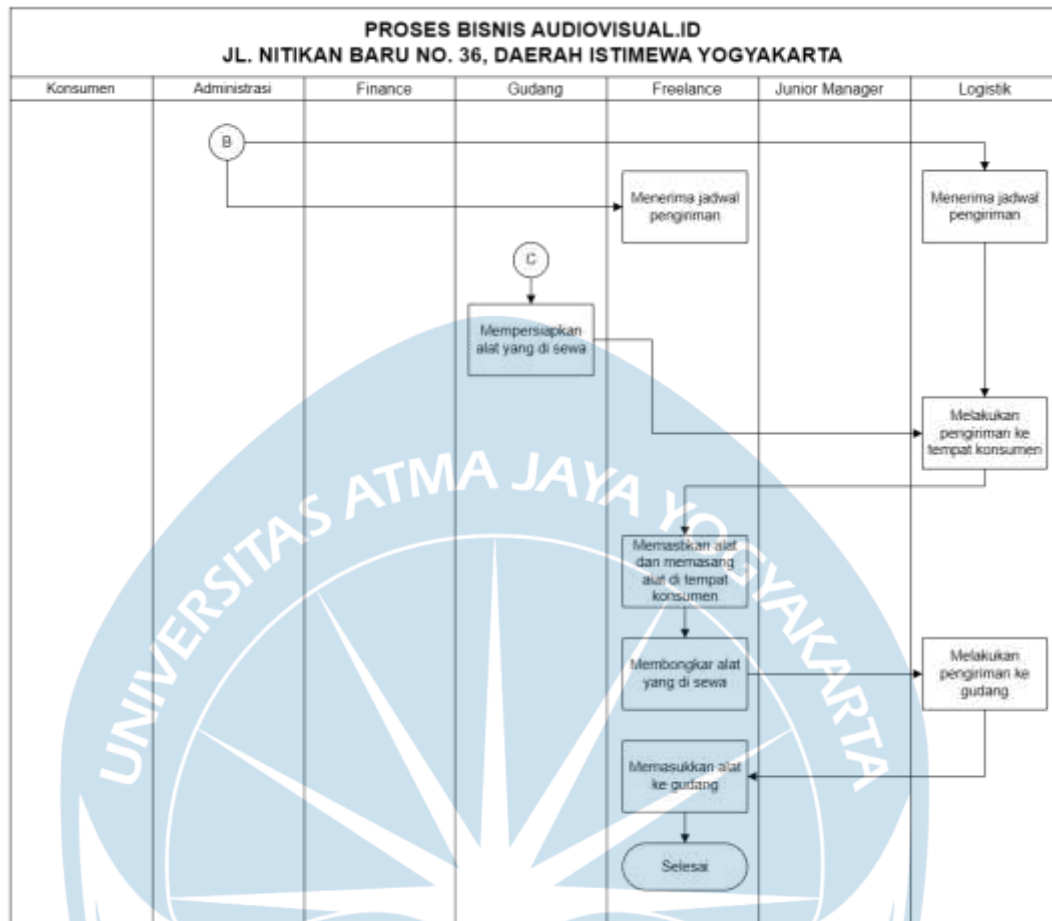
Menurut *American Marketing Association* (2022), proses pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Suatu perusahaan apabila tidak memiliki manajemen pemasaran akan berakibat pada sulitnya dalam memahami pasar, penurunan penjualan, ketidakmampuan menyesuaikan diri, dan kurangnya diferensiasi. Akibat-akibat tersebut juga yang dirasakan oleh salah satu perusahaan jasa yang berada di Jalan Nitikan Baru, Yogyakarta yaitu Audiovisual.id yang berada dibawah naungan PT Jawara Kreasitama. Audiovisual.id merupakan perusahaan penyewaan alat seperti LED, proyektor, TV, prosesor, speaker, dan panel. Penelitian difokuskan pada usaha penyewaan yaitu Audiovisual.id karena pihak perusahaan merasa usaha tersebut masih membutuhkan pengembangan lebih lanjut dan merasa ilmu industri sangat cocok dengan permasalahan yang ada.

Audiovisual.id terletak di Jalan Ringroad Selatan No. 8, Daerah Istimewa Yogyakarta. Audiovisual.id memiliki proses bisnis dalam menjalankan usaha penyewaan. Menurut Tukiran dkk (2023), proses bisnis merupakan serangkaian

langkah atau aktivitas yang dilakukan secara berurutan untuk mengubah *input* menjadi *output* yang diinginkan. Proses bisnis yang dilakukan oleh Audivisual.id dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. Proses Bisnis Audivisual.id



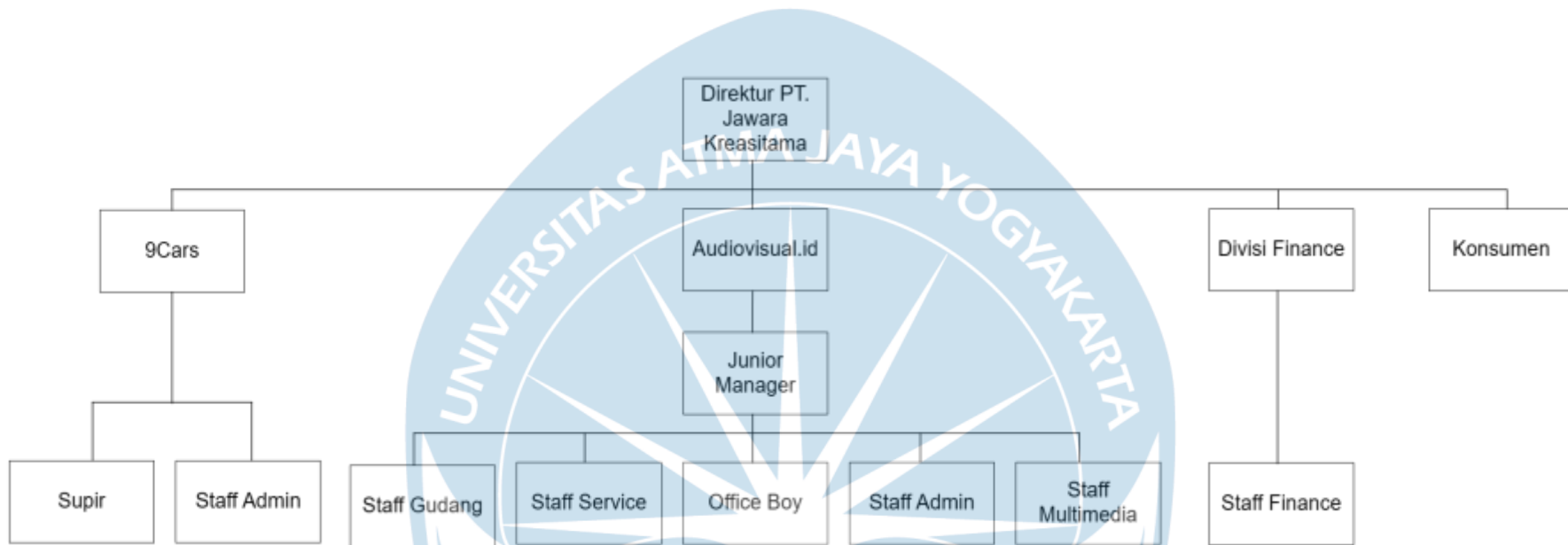
**Gambar 1.1. Lanjutan**

Berdasarkan Gambar 1.1, proses bisnis Audiovisual.id dimulai dari pemesanan oleh konsumen yang akan diterima oleh *staff admin*. Tugas dari *staff admin* adalah melakukan pengecekan kesediaan alat pada Aplikasi Trello. Keadaan saat ketersediaan alat tidak memenuhi jumlah pemesanan dapat terjadi, maka *junior manager* akan melakukan peminjaman alat ke vendor lain. Keadaan lain juga dapat terjadi yaitu ketersediaan alat memenuhi jumlah pemesanan maka *staff admin* akan membuat catatan alat yang akan di sewa. Catatan tersebut akan dikirimkan ke divisi *finance* dan akan dilanjut dengan pembuatan *quotation* dan *real*. *Quotation* merupakan sebuah *sheet excel* berupa perhitungan dan rincian harga alat yang di sewa serta biaya operasional keseluruhan mezliputi biaya pekerja dan biaya pengiriman. *Real* merupakan rincian biaya penyewaan alat yang diterima oleh konsumen. *Quotation* akan dikirimkan ke *junior manager* sebagai laporan dan *real* akan dikirim ke *staff admin*.

Proses selanjutnya yaitu *staff admin* akan meneruskan *real* tersebut ke konsumen. Keadaan pertama yang dapat terjadi yaitu harga sudah sesuai maka akan dilanjutkan dengan transaksi pembayaran. Keadaan kedua yang dapat terjadi yaitu harga belum sesuai maka dari *staff admin* akan mengajukan penurunan harga ke divisi *finance*. Proses selanjutnya yaitu *staff finance* melakukan perubahan dan menurunkan biaya-biaya pengeluaran agar harga total dapat turun. Penurunan tersebut memiliki batas *margin* keuntungan yaitu sebesar 25%.

Penurunan telah dilakukan maka *quotation* dan *real* akan diperbaharui dan dikirimkan ke *junior manager* untuk dilakukan pengecekan. Keadaan yang memungkinkan yaitu penurunan harga masih dalam batas *margin* keuntungan sebesar 25% maka *staff finance* akan mengirimkan *real* terbaru ke *staff admin*. Proses selanjutnya yaitu *staff admin* akan meneruskan pengiriman *real* ke konsumen dan harga sudah disepakati dan sudah melakukan pembayaran, maka *staff admin* akan mengirimkan jadwal pengiriman alat ke *freelance* dan logistik, selanjutnya *staff finance* akan mengirimkan *quotation* ke divisi gudang. Divisi gudang akan mempersiapkan alat di bantu dengan *freelance* untuk memindahkan alat-alat yang di sewa ke truk pengiriman setelah mendapatkan jadwal.

Alat akan dikirim ke tempat konsumen dengan mengutus perwakilan Audiovisual.id yaitu *freelance* yang ikut serta dalam memasang alat, membongkar alat, dan memastikan alat agar tidak terjadi adanya kerusakan sepanjang acara. Tugas dari *freelance* tersebut yaitu pada saat berakhirnya acara yaitu dalam pengiriman kembali ke gudang dan memasukkan alat ke gudang. Audiovisual.id juga memiliki beberapa pemangku kepentingan yang terlibat dalam perjalanan proses bisnisnya. Pemangku kepentingan keseluruhan yang terlibat dapat dilihat pada Gambar 1.2.



**Gambar 1.2. Pemangku Kepentingan Keseluruhan Audiovisual.id**

Berdasarkan Gambar 1.1, *stakeholders* yang menjalani proses bisnis diantaranya terdapat Direktur PT. Jawaara Kreasitama sebagai pemantau dan pengambil keputusan strategis. Audiovisual.id memiliki beberapa rekan anak perusahaan yang masih berhubungan dengan persewaan alat-alat LED yaitu Sembilan Cars sebagai penyedia sarana pengiriman. Audiovisual.id sendiri memiliki *stakeholder* inti yakni para pekerja seperti *Junior Manager, Staff Gudang, Staff Service, Office Boy, Staff Admin,* dan *Staff Multimedia.* *Stakeholder* terakhir yaitu konsumen dari Audiovisual.id yang telah menggunakan jasa penyewaan pada Audiovisual.id.

## 1.2. Penelurusan Masalah

Penelurusan masalah yang terjadi di Audiovisual.id dilakukan dengan mewawancarai beberapa pemangku kepentingan yang dilakukan pada tanggal 11 Oktober 2023. Pemangku kepentingan yang terpilih yaitu *junior manager, staff finance,* dan konsumen. Berdasarkan wawancara dengan *Junior Manager* diketahui bahwa perusahaan ini mengalami permasalahan yaitu penurunan jumlah penyewaan tahun 2023, konsumen tidak meluas, *branding* perusahaan tidak ada, dan konsumen memilih vendor lain. Beberapa permasalahan tersebut menyebabkan penurunannya jumlah penyewaan pada tahun 2023 yang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1. Jumlah Proyek Penyewaan Tahun 2022 dan 2023**

No.	Bulan	Jumlah Proyek Tahun 2022	Jumlah Proyek Tahun 2023
1.	Januari	32	24
2.	Februari	13	25
3.	Maret	29	31
4.	April	15	8
5.	Mei	45	30
6.	Juni	53	32
7.	Juli	47	24
8.	Agustus	59	52
9.	September	44	30
10.	Oktober	54	39
11.	November	56	7
12.	Desember	51	19
	Total	498	321

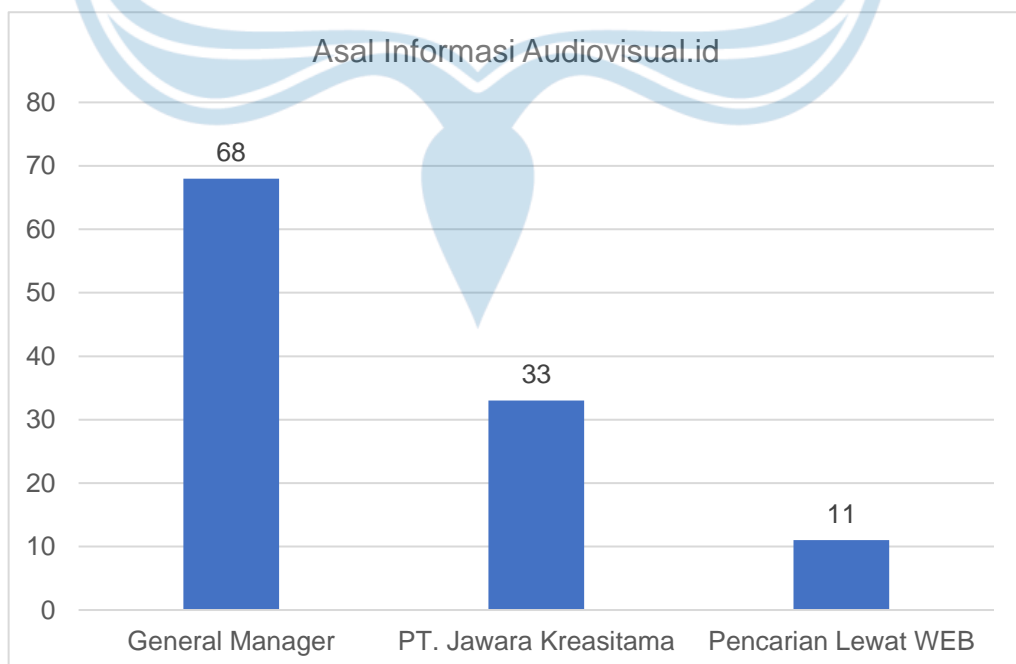
Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah proyek penyewaan tahun 2022 sebanyak 498 dan jumlah proyek penyewaan tahun 2023 sebanyak 321. Audiovisual.id menghitung setiap pesanan berdasarkan jumlah acara atau penyelenggara, bukan berdasarkan jumlah keseluruhan alat yang disewakan. Selisih untuk jumlah proyek tersebut yaitu 177 proyek. Maka dari itu, dapat terlihat permasalahan penurunan jumlah penyewaan pada tahun 2023 nyata adanya. Pemangku kepentingan lainnya yaitu *Staff Finance* di Audiovisual.id memiliki pandangan permasalahan terhadap Audiovisual.id yaitu penurunan pendapatan tahun 2023, pekerja tidak termotivasi untuk berkembang, dan penyewaan barang hanya seputar di Daerah Istimewa Yogyakarta saja. Pemangku kepentingan lainnya yaitu *staff finance* memiliki permasalahan yang dirasakan yaitu penurunan pendapatan tahun 2023 yang disebabkan karena tidak adanya kesepakatan harga standar penyewaan alat-alat audio visual di daerah Yogyakarta. Hal tersebut menyebabkan usaha penyewaan yang memberikan harga lebih murah akan lebih menarik perhatian konsumen. Permasalahan lainnya yaitu adanya pengeluaran secara rutin biaya pemeliharaan alat namun tidak sebanding dengan biaya pemasukan. Keseluruhan permasalahan ini mengakibatkan penurunannya jumlah penyewaan di Audiovisual.id yang berdampak pada pendapatan perusahaan. Pendapatan yang didapatkan Audiovisual.id berdasarkan jumlah proyek dan bentuk pemesanan yang beragam dalam setiap proyeknya dapat dilihat pada Gambar 1.3.



**Gambar 1.3. Pendapatan Audiovisual.id Tahun 2022 dan Tahun 2023**



Berdasarkan Gambar 1.3, pendapatan Audiovisual.id pada tahun 2022 dengan jumlah 498 proyek sebesar Rp 5.000.000.000,00 dan pendapatan Audiovisual.id pada tahun 2023 dengan 321 proyek sebesar Rp 2.500.000.000,00. Penurunan pendapatan ini dapat dinyatakan benar karena selisih dari pendapatan total tahunan dari tahun 2022 dan 2023 adalah Rp 2.500.000.000,00. Pemangku kepentingan yang diwawancarai oleh penulis adalah konsumen. Konsumen menyatakan ulasan jujur mengenai Audiovisual.id yaitu harga sewa alat-alat utama mahal dan LED bermasalah pada saat di *venue*. Beberapa konsumen juga tidak melanjutkan kerja sama dengan Audiovisual.id karena telah memiliki alat sendiri dan konsumen hanya melakukan interaksi dengan salah satu pekerja dengan arti lain yaitu konsumen tidak mengetahui bahwa pada saat melakukan penyewaan itu bekerja sama dengan Audiovisual.id, namun dengan salah satu pekerja yang dahulu menjadi *general manager* di Audiovisual.id. Hal tersebut merupakan pola kerja yang dilakukan selama bertahun-tahun yang menciptakan budaya melakukan suatu interaksi bisnis secara pribadi atau perseorangan tanpa membawa nama perusahaan. Budaya tersebut mengakibatkan hilangnya konsumen apabila pribadi tersebut keluar dari perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil data konsumen keseluruhan Audiovisual.id yang pernah melakukan kerja sama. Asal informasi mengenai Audiovisual.id dapat dilihat pada Gambar 1.4.



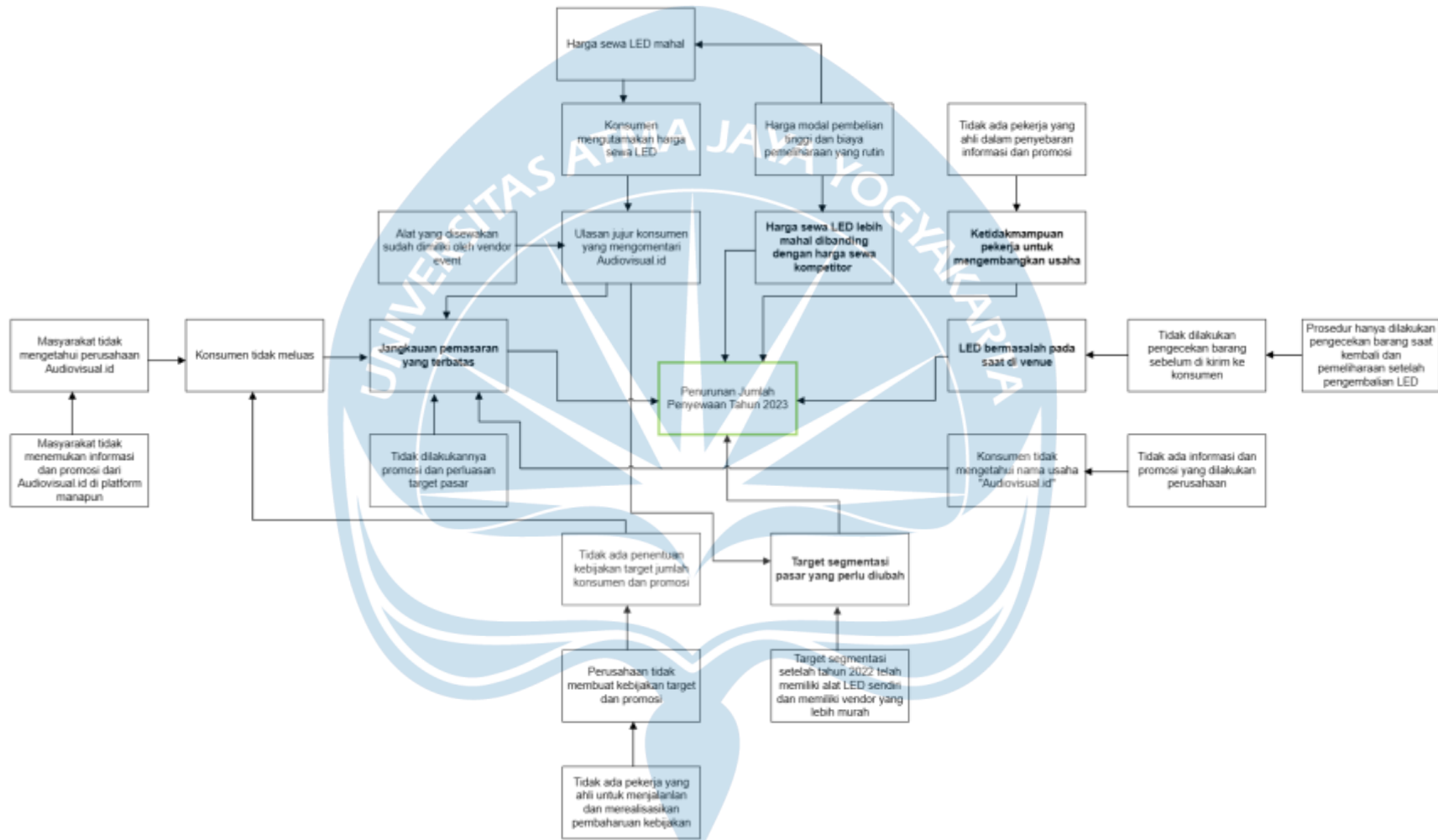
**Gambar 1.4. Asal Informasi Audiovisual.id**



Berdasarkan Gambar 1.4, dari 112 konsumen yang telah melakukan kerja sama 68 diantaranya mengetahui Audiovisual.id karena *general manager*, 33 diantaranya karena usaha-usaha lain PT. Jawara Kreasitama yang menggunakan jasa Audiovisual.id, dan 11 diantaranya melakukan pencarian mandiri dalam *google*.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut merupakan diagram interelasi yang menggambarkan keterkaitan antara masalah-masalah di Audiovisual.id yang dapat dilihat pada Gambar 1.5.





Gambar 1.5. Diagram Interelasi

Berdasarkan Gambar 1.5, diagram interelasi tersebut memiliki permasalahan utama yaitu penurunan jumlah penyewaan tahun 2023 yang disebabkan jangkauan pemasaran yang terbatas, target segmentasi pasar yang perlu diubah, LED bermasalah pada saat di *venue*, ketidakmampuan pekerja untuk mengembangkan usaha, dan harga sewa LED lebih mahal dibanding dengan harga sewa kompetitor.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan hasil *brainstorming* dan analisis terhadap data awal yang tersedia, masalah utama yang dihadapi Perusahaan Audiovisual.id adalah penurunan jumlah penyewaan barang di tahun 2023.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang ada, tujuan penelitian adalah meningkatkan jumlah penyewaan alat di Audiovisual.id minimal 3 jumlah proyek transaksi penyewaan. Total *Critical Success Factor* (CSF) yang ingin dicapai ditentukan berdasarkan hasil pertimbangan bersama pemangku kepentingan. Total CSF minimal 3 jumlah proyek mencerminkan dari masing-masing kriteria yaitu *event organizer*, sekolah atau universitas, dan kelembagaan.

### **1.5. Batasan Penelitian**

Pemberian Batasan masalah untuk penelitian ini memiliki tujuan untuk mencegah adanya penyimpangan atau perluasan pembahasan agar penelitian dapat lebih terarah, mempermudah menyelesaikan akar masalah yang ditemukan, dan mencapai tujuan penelitian. Batasan masalah yang diterapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Target penerapan penelitian difokuskan di Daerah Istimewa Yogyakarta karena mayoritas konsumen yang telah bekerja sama dan menggunakan jasa Audiovisual adalah warga Daerah Istimewa Yogyakarta dengan persentase 90% dari total keseluruhan penyewaan.
- b. Data penyewaan yang tersedia adalah data penyewaan setiap bulan dari tahun 2022 dan tahun 2023.
- c. Dari aspek 7P Marketing Mix, aspek place (tempat) tidak dapat diubah atau dipindah.
- d. Tidak dapat mengubah standar harga sewa.

e. Data konsumen yang diberikan berjumlah 112 konsumen.

