

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Alfamart merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas ruang penjualan $\pm 200 \text{ m}^2$. Alfamart dikelola oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Gerai Alfamart tersebar di kota-kota besar seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogyakarta, Bali, Palembang, Medan dan kota-kota lainnya. Dalam era perdagangan bebas atau globalisasi saat ini khususnya di era Pandemi, terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan.

Di Indonesia terdapat beberapa merek minimarket khususnya di Medan diantaranya adalah Mini Market, Alfamart, Indomaret. Persaingan minimarket di Indonesia sangat ketat dan dapat dilihat dari persaingan antara 2 nama besar brand ritel minimarket yaitu Indomaret dan Alfamart. Persaingan antara Indomaret dan Alfamart sangat ketat, kedua brand ritel ternama ini terus bertarung mengerahkan semua kekuatan, kecerdikan dan strategi. Indomaret dimiliki oleh PT. Indomarco Prismaatama (IP) sebagai salah satu perusahaan dalam industri ritel yang berupa minimarket dan termasuk perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang perdagangan umum dan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Persaingan antara kedua brand ritel tersebut sangat ketat. Indomaret dan Alfamart lokasinya selalu dalam jarak yang tidak berjauhan, sehingga tata ruang nya tidak jauh berbeda sama pula hal jenis barang yang ditawarkan tidak jauh berbeda. Persaingan antara keduanya memicu munculnya strategi dan pelayanan untuk memenangkan hati konsumen.

Memasuki dunia persaingan perdagangan ini khususnya di era Pandemi covid 19 masyarakat harus lebih mudah dan teliti memanfaatkan suatu jika ingin membeli bahan pokok

atau pun lainnya, untuk itu telah hadir Alfamart tepatnya di jalan Yossudarso disamping SPBU jalan bilal ujung.

Alfamart cabang Yossudarso berada di alamat Jl. Kol. Yossudarso No 16-74 Kec Medan Deli Kota Medan Sumatera Utara 20251. Disamping SPBU bilal ujung.

Ditengah pandemi covid 19 ini Para pedagang maupun segala jenis usaha ritel memiliki penurunan dalam setiap usaha ataupun perusahaan yang sudah didirikannya. Untuk itu peneliti mengambil studi kasus yang berada di Alfamart cabang yos sudarso. Salah satu strategi yang dilakukan adalah adanya sistem pengantaran melalui suatu dobrakan membuat suatu aplikasi untuk mempermudah konsumen tetap membeli produk-produk yang ingin diperlukan konsumen dan untuk itu managemen Alfamart untuk siap mengantarkan produk yang dipesan oleh konsumen tersebut. Untuk itu dapat mengurangi kerumunan pada manusia dan tetap menjaga jarak tepatnya menjaga jarak pada setiap insan manusia .

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu pelaku usaha ataupun perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek atau pun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk tetap menjaga konsumen tetap dan untuk jangka panjang dilakukan untuk menambah dan menarik konsumen baru dan tetap menjaga protocol kesehatan yang sudah tetapkan pada pemerintah.

Dalam konsep strategis pemasaran tersebut menghasilkan untuk meningkat laba. Bahkan untuk merupakan cara bermanfaat bagi pihak Management perusahaan. Dalam hal ini laba merupakan tujuan yang tepat dan dijadikan ukuran keberhasilan dan kemajuan perusahaan ,akan tetapi laba bukanlah akhir hasil berdiri nya keberhasilan. Tujuan dari pemasara adalah

menciptakan nilai kepuasan baik dari pihak Management Alfamart dan pihak pelanggan, yang sudah ditetapkan dalam SOP perusahaan adalah Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk *melakukan* penelitian dengan mengambil judul *“Strategi Pemasaran Pada SAPA (Siap Antar Pesanan Anda) di PT. Sumber Alafaria Trijaya Tbk Cabang Medan yang bertempat di JL Yossudaarso Samping SPBU Bilal Dengan menggunakan Metode SWOT”*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dari itu penulis dapat mengambil sebuah rumusan masalah yaitu, untuk dapat mencapai hasil yang optimal dan efisien agar pemasaran yang lebih efektif. Oleh karena itu, dibutuhkan kajian menggunakan Metode SWOT sehingga dapat diketahui yang terbaik .

Berikut rumusan masalah :

1. Bagaimana merumuskan strategi perusahaan dengan memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di perusahaan ?
2. Bagaimana kendala Strategi Alfamart dalam menarik minat masyarakat di Alfamart cabang di jalan Yossudaro ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian ini penulis memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengembangan pada strategi pemasaran pada team delivery
2. Untuk mengetahui kendala strategi pemasaran dalam minat untuk memakai sistem pengantaran SAPA (Siap Antar Pesanan Anda)

1.4 Asumsi dan Batasan Penelitian

Untuk mencegah terlalu luasnya bidang pembahasan serta sesuai dengan tujuan yang diharapkan maka perlu dilakukan suatu pembatasan dan asumsi. Adapun pembatasan dan asumsinya sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di perusahaan PT Sumber Alafaria Trijaya Tbk Cabang Medan yang bertempat di JL Yossudaarso Simpang SPBU Bilal.
2. Adapun asumsi masalah dalam penelitian ini adalah responden yang terlibat mempunyai pengetahuan yang cukup tentang permasalahan diatas.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam pembahasan Manfaat Peneleitian ini penulis bisa memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya :

1. Dapat memberikan informasi, wawasan dan pengalaman secara langsung dalam menghadapi permasalahan dan strategi untuk kedepannya
2. Sebagai salah satu sumber informasi untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan untuk pelanggan Alfamart.
3. Agar memberikan kontribusi dalam pengembangan model-model kepuasan pelanggan khususnya penelitian pada bisnis ritel.

1.6 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis meneliti di Perusahaan PT Sumber Alafaria Trijaya Tbk Cabang Medan yang bertempat di Jl. Yos Sudarso No 16-74 Kec Medan Deli Kota Medan Sumatera Utara 20251 disamping SPBU bilal ujung.