

# BAB I

## PENDAHULUAN

PT. Sumber Ilmu Pengetahuan adalah lembaga kursus metode sempoa, mental dan aritmatika yang terbesar dan tersebar di seluruh Indonesia. Sejauh ini PT. Sumber Ilmu Pengetahuan menjalankan kursus untuk anak-anak usia 6-12 tahun dan banyak anak-anak telah mendapatkan hasil nyata dari program yang dijalankan oleh PT. Sumber Ilmu Pengetahuan.

Perusahaan mempunyai misi memperkenalkan sistem edukasi mengoptimalkan potensi otak anak ke sebanyak mungkin anak-anak Indonesia. Dengan mengikuti pendidikan ini dapat menumbuhkan kepribadian dan rasa percaya diri yang dengan perlahan-lahan akan mendorong anak-anak untuk menggali dan menemukan dunia dan potensi yang ada di dalam diri mereka.

Hasil nyata dari pendidikan ini adalah anak-anak menjadi lebih baik di dalam berhitung serta kemampuan mengaktualisasikan diri semakin besar sehingga menumbuhkan rasa percaya akan kemampuan diri sendiri yang akan menunjang perkembangan sosial dan mental anak tersebut.

Visi yang dituangkan dalam konsep strategi pemasaran yang dijalankan adalah dengan memberikan kesempatan kepada sebanyak mungkin orang untuk dapat memiliki sendiri bisnis dengan konsep kerjasama dan kemitraan. Guna mendukung cepat tersebar nya visi. maka salah satu strategi pemasaran yang dijalankan oleh PT. Sumber Ilmu Pengetahuan adalah dengan melakukan *fast moving networking*

Dengan banyaknya lembaga lembaga pendidikan menawarkan berbagai macam jenis dan tipe pengajaran, orang tua harus lebih jeli dalam melihat apa yang sebenarnya diperlukan dan dibutuhkan oleh anak mereka.

Dengan maraknya kompetisi di segmen pasar yang sama, PT. Sumber Ilmu Pengetahuan berusaha menjadi lebih unggul dalam inovasi dan kreatifitas. Keberhasilan perusahaan untuk dapat bersaing dan bertahan adalah dengan ketepatan para perencana strategi menentukan sasaran dan mengambil keputusan. Untuk itu diperlukan sejumlah keputusan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan.

*Pokok permasalahan dalam penulisan ini adalah apa strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya untuk dapat bersaing dalam bisnis yang dijalankan.*

### 1.1 Sistematika Penulisan.

Laporan ini disusun dalam enam bab, masing-masing terdiri dari beberapa sub bab yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Sistematika yang digunakan dalam laporan ini adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan.

Pada bab ini penulis menjelaskan latar belakang penulisan, maksud dan tujuan penulisan dan sistematika penulisan.

## Bab II: Kerangka Teori.

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang terkait dalam penulisan laporan.

## Bab III: Profil Perusahaan.

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan, struktur organisasi dan kerangka kerja perusahaan serta aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan.

## Bab IV : Strategi Perusahaan.

Pada bab ini penulis memaparkan karakteristik pasar, analisa pasar serta strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan untuk dapat bertahan dan bersaing dari para kompetitornya.

## Bab V : Pembahasan.

Pada bab ini berisi faktor-faktor penghambat strategi pemasaran yang dijalankan, analisa SWOT, dan perumusan strategi yang lebih efektif guna mempertahankan perusahaan dalam bisnis yang dijalankannya..

## Bab VI : Kesimpulan.

Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan atas hasil yang tertuang dalam laporan ini dan apakah strategi yang digunakan sudah sesuai dengan misi dan visi perusahaan.