

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan dari proposal tugas akhir yang terdiri dari, latar belakang, tujuan, dan pokok permasalahan.

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya teknologi membawa pengaruh yang sangat besar bagi peradaban manusia. Perubahan era pun berjalan sangat cepat seiring dengan perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan terutama pada bidang IT dan juga aplikasi baru. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa aplikasi merupakan gaya hidup di jaman sekarang. Artinya aplikasi sudah menjadi bagian dari kebutuhan manusia. Oleh karena itu banyak aplikasi-aplikasi baru yang mulai bermunculan. Karena banyaknya aplikasi baru yang bermunculan dan berlomba-lomba untuk menguasai pasar di Indonesia.

Perusahaan IT dan aplikasi baru yang bermunculan sudah pasti memiliki masalah yang serupa yaitu bagaimana agar masyarakat dapat mengetahui informasi yang tepat mengenai perusahaan *start-up* IT dan aplikasi baru ini. Dibutuhkan strategi yang tepat untuk mendapatkan *brand awareness* yang baik dari masyarakat.

Salah satu perusahaan *start-up* IT di Indonesia dan juga bergerak di bidang aplikasi adalah Smart In Pays yang dibawah oleh dua perusahaan yaitu PT. Sukses Integritas Perkasa dan PT. Prioritas Inti Sejahtera. Bergerak di bidang aplikasi pembayaran online, Smart In Pays juga memakai konsep *economy sharing* dimana tidak hanya pihak perusahaan saja yang bisa menggarap untung tapi Smart In Pays juga menyediakan kesempatan bagi orang-orang yang mau bermitra untuk bisa menggarap keuntungan dari transaksi juga.

Namun karena Smart In Pays baru berdiri sejak 21 Febuari 2017 artinya posisi perusahaan masih sangat baru dan dibutuhkan strategi yang dapat meningkatkan *brand awareness*-nya. Terbukti dari data *Google Play* ditunjukan

bahwa aplikasi serupa yang sudah berdiri dari Agustus 2014 yaitu *Traveloka* sudah mencapai angka lebih dari 10 juta *downloaders* dan ditulis dari pihak perusahaan bahwa per harinya *Traveloka* telah mencapai angka lebih dari 1 juta pengguna. Di sisi lain *downloaders* Smart In Pays baru mencapai angka hampir 200 ribu dan ribuan *active users* setiap bulannya berdasarkan data dari *Google Play* dan informasi dari pihak perusahaan. Artinya Smart In Pays membutuhkan satu strategi yang kuat untuk dapat bersaing dengan aplikasi lain dan memiliki *brand awareness* yang baik di mata masyarakat.

Dari penjabaran di atas laporan ini dibuat untuk mengetahui tentang strategi yang diterapkan perusahaan untuk meningkatkan *brand awareness*.

1.2 Pokok Permasalahan

Bagaimana cara PT Prioritas Inti Sejahtera yang merupakan perusahaan *start-up* IT dapat meningkatkan *brand awareness*-nya di tengah persaingan yang ketat.

1.3 Tujuan

Mengetahui strategi yang dapat diterapkan PT Prioritas Inti Sejahtera untuk meningkatkan *brand awareness* pada perusahaan.

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dari penelitian ini adalah kuisisioner hanya dilakukan kepada masyarakat di daerah Jakarta dan Tangerang. Sehingga data yang didapat hanya menggambarkan daerah Jakarta dan Tangerang.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan dibagi kedalam enam bab pokok, mulai dari pendahuluan, studi pustaka, metode penelitian, pengumpulan data, analisis dan pembahasan, serta kesimpulan dan saran.

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan tahap awal dalam penelitian ini, mulai dari latar belakang dilakukan penelitian, pokok permasalahan yang akan dibahas, tujuan dilaksanakannya penelitian ini, batasan masalah yang digunakan di dalam penelitian, serta sistematika penulisan dari laporan tersebut.

BAB 2 STUDI PUSTAKA

Di dalam bab ini akan dijabarkan secara saksama landasan teori yang diambil dari beberapa referensi seperti buku, jurnal penelitian, dan akses data secara online melalui internet. Teori-teori tersebut digunakan untuk membantu menunjang berjalannya penelitian. Isi dari bab ini antara lain definisi dari *brand awareness* sampai strategi atau cara yang bisa diterapkan untuk meningkatkan *brand awareness*.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan langkah-langkah yang dijalankan selama proses penelitian berlangsung. Penelitian dimulai dengan studi pendahuluan, identifikasi masalah, penentuan tujuan penelitian, kajian pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis hasil penelitian dan pembahasan, sampai dengan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisikan pengumpulan data yang dibutuhkan untuk melakukan analisis dan pembahasan.

BAB 5 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas secara detail hasil data yang sudah didapatkan dan diolah dengan *Marketing Mix (4P)*, Tabel IFE, Tabel EFE, dan *SWOT Analysis*.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan, sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, yaitu bagaimana kondisi *brand awareness* pada PT Prioritas Inti Sejahtera dan apa strategi terbaik yang bisa diterapkan untuk meningkatkan *brand awareness* itu sendiri.