

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis di era globalisasi saat ini perusahaan banyak berlomba-lomba menciptakan produk, dengan desain yang berinovatif dan serta mampu memenuhi kebutuhan pasar yang dituju mengingat kondisi di pasar saat ini sangat tidak bisa ditebak hanya dalam hitungan singkat mau bergerak dimana dan keinginan pasar seperti apa kedepannya ([www.id.investing.com](http://www.id.investing.com),2018). Tidak terlepas juga pelaku usaha yang bergerak di sektor pembangunan bahwa kebutuhan bahan bangunan sangat diminati di Indonesia dikarenakan perkembangan yang berkelanjutan dan terus menerus.

Pemerintah tengah mendorong pemerataan pembangunan di Indonesia, atau yang lebih dikenal dengan Indonesia Sentris ([www.papuanews.id](http://www.papuanews.id),2018). Di mana pembangunan infrastruktur akan lebih merata dari Sabang hingga Merauke. Khususnya industri bahan bangunan rangka atap (*roofing*) yang saat ini banyak dicari oleh konsumen karena dinilai salah satu objek yang penting untuk membuat sebuah bangunan seperti rumah, apartemen, pusat perbelanjaan, dan bangunan tinggi lainnya.

Kebutuhan akan bahan bangunan berjalan parallel dengan masifnya proses pembangunan properti dan infrastruktur ([www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com),2020). Dengan melihat kondisi saat ini negara Indonesia sedang gencar-gencarnya untuk membangun bangunan dan infrastruktur baik yang dikerjakan oleh proyek pemerintah, developer, dan perorangan yang diharapkan perusahaan mampu menjawab akan meningkatnya kebutuhan bahan bangunan rangka atap sehingga kebutuhan akan rangka atap yang mau digunakan untuk membuat bangunan terpenuhi dan mampu mendongkrak ekonomi serta kemakmuran bangsa Indonesia itu sendiri.

Di satu sisi PT. Cahaya Benteng Mas, ialah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yakni fokus di bahan bangunan rangka atap (*roofing*), mulai dari rangka atap baja ringan, galvalum, genteng, dan lainnya yang berhubungan dengan rangka atap baja dimana akan berjalan berdampingan sebagai penyedia

bahan utama rangka bangunan seiring dengan perkembangan pembangunan infrastruktur yang ada di Indonesia. Tidak terlepas juga perusahaan yang produknya ialah bahan bangunan rangka atap seperti PT. CBM, yang perlu melakukan analisa pasarnya itu sendiri demi mencapai tujuan.

Dengan demikian untuk mengetahui jaungkauan pasar yang saat ini ada di Indonesia PT. Cahaya Benteng Mas harus teliti dan membuka wawasan yang lebar mengenai sasaran pasar yang dituju sehingga produk dengan mudah diterima dan perusahaan perlu mengetahui segmentasi yang tepat sehingga produk mampu bertahan di pasar. Segmentasi ialah kegiatan pemasar dengan mengidentifikasi segmen pasar yang sangat penting untuk mengetahui kemana arah segmen yang berpotensi terhadap product yang mau dipasarkan oleh PT. Cahaya Benteng Mas dan segmen mana yang mau disasar (Pride dan Ferrel, 2012).

Dengan produk unggulan *roofing* CBMRoof dan harga yang bisa berubah-ubah sewaktu waktu, tentu ini menjadi peluang yang sangat besar untuk meningkatkan keuntungan bagi PT. Cahaya Benteng Mas, untuk mengetahui jangkauan pasar yang dituju dengan cangkupan yang lebih luas lagi dengan target yang sesuai sehingga produk CBMRoof mudah diterima dan produk CBMRoof yang dipasarkan harus berkualitas dan bermutu dengan begitu masyarakat akan mengetahui jika mencari produk rangka atap pasti mereka belinya ke PT. Cahaya Benteng Mas. Berdasarkan uraian tersebut, maka Tugas Akhir ini akan mengambil judul **“PENERAPAN SEGMENTASI PRODUK *ROOFING* CBMROOF PADA PT. CAHAYA BENTENG MAS”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang ada, makarumusan masalah penelitian ini antara lain:

- Bagaimana penerapan segmentasi produk CBMRoof yang dilakukan PT. Cahaya Benteng Mas?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

- Untuk mengetahui penerapan segmentasi produk CBM Roof PT. Cahaya Benteng Mas.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan dari tujuan penelitian, maka manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain:

#### 1.4.1 Bagi Penulis/Mahasiswa

Penulisan laporan ini diharapkan dapat membantu penulis/mahasiswa untuk mengetahui segmentasi yang diterapkan PT. Cahaya Benteng Mas. Dan juga pemenuhan syarat guna memperoleh gelar profesi Ahli Madya Pemasaran (A.md).

#### 1.4.2 Bagi Akademik

Dapat dijadikan koleksi karya ilmiah pada perpustakaan dan dijadikan sebagai referensi tambahan dan atau bahan acuan serta ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

#### 1.4.3 Bagi Instansi PKL Terkait

Dapat dipakai sebagai sarana untuk bekerjasama dengan pihak instansi dalam menyalurkan tenaga kerja guna kebaikan pihak instansi tempat PKL maupun pihak akademik.

#### 1.4.4 Bagi Pembaca

Dapat dijadikan bahan referensi tambahan untuk menambah ilmu pengetahuan.

## 1.5 Jadwal Tugas Akhir

### 1.5.1 Subjek Penelitian Tugas Akhir

1. Progam Studi : DIII Manajemen Pemasaran
2. Fakultas : Vokasi
3. Instansi : Universitas Airlangga
4. Topik : Segmentasi
5. Judul : Penerapan Segmentasi Produk *Roofing*  
CBM Roof Pada PT. Cahaya Benteng Mas

### 1.5.2 Objek Tugas Akhir

- Perusahaan : PT. CAHAYA BENTENG MAS
- Bidang : Pemasaran
- Alamat Perusahaan : Jl. Margomulyo No. 32C, Surabaya, Jawa  
Timur
- Periode PKL : 03 Februari 2020 s.d 27 Maret 2020

