

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Teknologi dan internet pada saat ini semakin berkembang seiring perubahan zaman. Kemajuan perkembangan teknologi dan internet, kebutuhan akan informasi dan hiburan juga terus meningkat sehingga merubah kebiasaan masyarakat menjadi selalu ingin instan. Hal ini yang mengakibatkan perilaku konsumtif bagi masyarakat Indonesia. Perilaku tersebut menjadi peluang bagi pelaku bisnis dengan mengembangkan usaha untuk memperoleh keuntungan.

Di era globalisasi terjadinya pertumbuhan dalam dunia bisnis, kecanggihan perkembangan teknologi memudahkan pesaing untuk meniru usahanya, karena mereka lebih mudah untuk mengakses informasi apapun, hal tersebut memudahkan pelaku usaha untuk meniru usaha pesaing. Apalagi, di era globalisasi saat ini banyak perusahaan asing yang terlibat dalam perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus lebih inovatif dan membuat terobosan-terobosan baru dalam mengembangkan produk untuk menarik minat beli konsumen. Bisnis adalah usaha dengan menciptakan nilai tambah dengan membuat inovasi yang berbeda untuk memenangkan persaingan dengan mengembangkan teknologi baru, pengetahuan baru untuk menghasilkan barang dan jasa agar mendapatkan kepuasan dan kepercayaan terhadap konsumen.

Dalam memasarkan sebuah produk, suatu perusahaan harus terlebih dahulu untuk melakukan segmentasi pasar. Segmentasi pasar adalah cara untuk meningkatkan efisiensi strategi pemasaran yang sudah di rancang untuk mendapatkan hasil yang optimal dengan cara mengelompokan target

konsumen sesuai dengan karakteristik ataupun kebutuhannya. Tujuan perusahaan melakukan segmentasi pasar dalam meningkatkan strategi pemasaran dengan memberikan keuntungan terhadap pelaku usaha atau dengan memberikan kebutuhan konsumen dan dapat menciptakan peluang usaha.

Dalam persaingan bisnis, pelaku bisnis harus mempunyai strategi agar dapat menghadapi segala kemungkinan-kemungkinan terburuk dari suatu kejadian, sehingga selalu siaga dalam dunia perbisnisan. Selain itu, pelaku bisnis juga harus lebih inovatif dan kreatif dari pesaingnya dalam menjalankan bisnis karena di pasar bisnis persaingan cukup ketat dalam memperoleh pelanggan. Di dalam perusahaan, memperoleh pelanggan harus dengan bermacam-macam strategi yang baik untuk memberikan kepuasan kepada para konsumen atau pelanggan yang ideal. Tanda dari kepuasan pelanggan yang ideal adalah adanya peningkatan pendapatan perusahaan secara signifikan. Setiap perusahaan pasti menginginkan peningkatan dalam pendapatan pada usaha yang dijalankan. Sangat penting dalam sebuah perusahaan terus mengalami peningkatan dalam pendapatan sesuai target yang diinginkan. Agar tercapainya hal tersebut, perusahaan harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat dalam mengoptimalkan peluang pasar yang ada. Strategi pemasaran yang digunakan oleh para pelaku usaha juga sangat beragam, hal ini karena adanya pesaing bisnis yang sangat ketat, jika perusahaan salah dalam menentukan strategi pemasaran maka perusahaan tersebut akan kalah dalam persaingan untuk menarik konsumen. Apabila perusahaan mengalami

penurunan pendapatan secara terus menerus, sebuah perusahaan akan mengalami kerugian bahkan hingga kebangkrutan.

Pemasaran adalah kunci keberhasilan dalam menemukan, memelihara, dan menumbuhkan arus pendapatan perusahaan. Berbagai inisiatif pemasaran yang tidak diterapkan dengan strategi dan kinerja perusahaan. Kegiatan penting dalam suatu perusahaan adalah pemasaran, pemasaran adalah kegiatan langsung perusahaan kepada konsumen untuk memperkenalkan, menjual dan mendistribusikan barang atau jasa dari perusahaan tersebut. Sebagaimana besar keberhasilan suatu perusahaan ditentukan dengan adanya strategi bisnis yang baik. Pemasaran cara perusahaan untuk memperoleh konsumen dalam bentuk inovasi untuk menjalankan dan mempertahankan eksistensi perusahaannya. Adanya promosi melalui media *online* dapat menjadi sebuah strategi bisnis untuk memasarkan dan memperkenalkan produk ke masyarakat, karena promosi melalui media *online* bisa menjangkau promosi sangat luas bahkan bisa mencakup ke manca negara,. Strategi yang dipilih perusahaan sangat menentukan tercapainya target bisnis, sebuah perusahaan bergantung pada kepandaian para pengusaha di segala sektor pemasaran.

Menurut Philip Kotler strategi pemasaran merupakan merupakan suatu logika pemasaran yang akan dilakukan demi tercapainya pemasaran yang optimal sesuai dengan tujuan. Strategi pemasaran adalah suatu cara untuk mengungguli pesaing usaha yang keduanya saling berhubungan baik. Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan suatu perusahaan yang biasanya berkaitan dengan program lanjutan, tujuan dari adanya program lanjutan ini

untuk usaha jangka panjang dan serta pengalokasian sumber daya (Chandler 2018).

Bauran pemasaran adalah salah satu elemen penting yang membentuk dasar dari adanya strategi pemasaran. Pada saat ini kebutuhan konsumen mengalami perubahan yang begitu cepat, maka dari itu suatu produk harus sering meninjau kembali bauran pemasaran untuk melihat apakah produk tersebut sesuai kebutuhan konsumen. Diterapkannya bauran pemasaran dalam sebuah perusahaan juga dapat membantu pengembangan produk. Hal ini dilakukan untuk mendapat ide-ide baru untuk produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan menggunakan berbagai elemen dalam suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangan agar implementasi strategi pemasaran dapat dilakukan dengan maksimal.

Dalam sebuah usaha perlu adanya peningkatan daya produksi agar sebuah perusahaan bias semakin berkembang dan mengungguli pesaingnya. Menerapkan strategi pemasaran yang sistematis dalam sebuah bisnis juga berpengaruh dengan target penjualan sebuah perusahaan. Strategi pemasaran salah satu dasar untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Sebagai pelaku usaha dituntut untuk melakukan analisa terlebih dahulu supaya dapat menguntungkan bagi usahanya. Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) analisis ini dapat membantu pelaku usaha untuk mencari tahu strategi bisnis yang tepat dalam menjalankan usahanya. Analisis ini didasarkan dengan cara berfikir seseorang agar dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), namun secara bersamaan dapat

memaksimalkan kelemahan (*Weaknesses*), dan ancaman (*Threats*) yang ada. Pelaku usaha harus menentukan kekuatan (*Strength*) agar memaksimal pada keberlangsungan usahanya. Kelemahan (*Weaknesses*) merupakan hal yang harus diminimalisir agar tidak mengganggu keberlangsungan bisnis dimasa yang akan datang. Peluang (*Opportunities*) merupakan hal yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha untuk melihat peluang pangsa pasar yang ada agar usaha dapat berkembang dan memiliki inovasi yang lebih dari pesaing lainnya. Ancaman (*Threats*) adalah hambatan yang harus dicermati oleh pelaku usaha agar tidak terjadinya ancaman dari pesaing lain, supaya bisnis yang dijalankan bisa terus berkembang. Maka dari itu, pelaku usaha harus mampu menganalisis SWOT yang berhubungan dengan marketing mix 4p, yaitu (*product, place, price, promotion*).

Dalam membangun sebuah usaha adanya faktor yang perlu di perhatikan yaitu kompetitor atau pesaing bisnis. Banyaknya pesaing bisnis saat ini menyebabkan penurunan target penjualan, sehingga pelaku usaha harus menyusun strategi bisnis agar mencapai target penjualannya. Peningkatan target penjualan merupakan suatu strategi yang berhubungan dengan bidang pemasaran dengan tujuan agar tercapai target penjualan. Agar tujuan usaha tercapai setiap perusahaan perlu menerapkan strategi komunikasi untuk mendapat hasil yang maksimal. Strategi komunikasi sangat diperlukan dalam sebuah bisnis sebagai pemahaman masyarakat terkait produk yang kita jual. Kerena strategi komunikasi guna untuk mencapai target penjualan, strategi komunikasi pemasaran sangat penting dilakukan oleh perusahaan untuk

mengoptimalkan sumber daya agar mendapatkan keuntungan dengan cara memperkenalkan produk yang mempunyai target pada konsumen tertentu.

Banyaknya toko *handphone* yang didirikan di Indonesia menunjukkan pesatnya perkembangan bisnis penjualan *handphone*. Seiring dengan meningkatnya penjualan *handphone*, persaingan bisnis semakin ketat. Banyak produk sejenis yang dijual oleh toko lain, sehingga timbul perbandingan produk, kualitas dan pelayanan antar pesaing toko yang membuat konsumen harus cerdas dalam memilih sesuai dengan keinginannya karena setiap konsumen memiliki karakteristik berbeda. Oleh karena itu, setiap perusahaan mengambil langkah untuk mengungguli pesaingnya. Untuk menentukan langkah-langka selanjutnya, perusahaan perlu menggunakan strategi pemasaran yang tepat dan dibidang lain seperti sumber daya manusia dan keuangan.

Usaha pada sektor yang bergerak dibidang elektronik ini salah satu usaha yang cukup menjanjikan karena orang-orang di Indonesia saat ini minat menggunakan *gadget* yang semakin tinggi. Di Indonesia yang saat ini berkembang dalam dunia teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan persaingan *brand gadget* salah satunya OPPO dan VIVO brand tersebut menjadi incaran banyak masyarakat.

Di kota Gresik sudah terdapat banyak toko *handphone* yang dapat dijumpai dengan berbagai merek *handphone*, sehingga pemilik toko *handphone* harus bisa menerapkan strategi bisnis tepat untuk menyusun strategi agar usaha tersebut bisa berjalan sesuai dengan tujuan awal.

Dalam penelitian ini akan membahas lebih lanjut Toko Lasvegas . Toko Lasvegas adalah toko *handphone* yang berdiri sekitar 13 tahun yang lalu dan berada di Jalan Brotonegoro No. 126, Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik. Toko Lasvegas sudah membuka 3 cabang dikota Gresik. Kebutuhan alat komunikasi berbasis teknologi saat ini merupakan kebutuhan yang penting untuk memudahkan pekerjaan dan kepentingan lainya dalam kehidupan sehari-hari. Contoh dari alat komunikasi berbasis teknologi yang paling populer dan yang diminati oleh masyarakat adalah *handphone*. Bisnis *handphone* sangat menjanjikan, pada saat ini *handphone* sudah menjadi kebutuhan pokok, tidak hanya orang dewasa bahkan anak-anak pun sudah menggunakan *handphone* sebagai media hiburan dalam kehidupan sehari-hari , Sehingga pada saat ini produsen *handphone* berlomba lomba untuk mempromosikan dan memasarkan berbagai macam merek *handphone* dengan berbagai macam fitur dan keunggulan tergantung dengan kebutuhan konsumen

Hal ini menjadi perhatian Penulis untuk meneliti Toko Lasvegas Cabang Gresik karena promosi yang dilakukan Toko Lasvegas Cabang Gresik ini tidak terlalu banyak, hanya sebar brosur dan menjual produknya melalui *e-commerce*. Walaupun promosi yang dilakukan tidak banyak, ternyata strategi *follow up customer* lama ini berhasil menarik minat *customer* namun target penjualan masih belum sesuai target. Berikut adalah tabel mengenai perkembangan target penjualan Toko Lasvegas Cabang Gresik mulai Agustus 2022 hingga Agustus 2023.

**Tabel 1.1 Perkembangan Target Penjualan Toko Handphone Lasvegas Cabang Gresik pada bulan Agustus 2022 hingga Agustus 2023**

No	Bulan	Target	Chivement	%
1.	AGUSTUS	Rp 500,000,000	Rp 519,365,000	104%
2.	SEPTEMBER	RP 500,000,000	Rp 544,249,000	109%
3.	OKTOBER	Rp 500,000,000	Rp 428,763,000	86%
4.	NOVEMBER	Rp 500,000,000	Rp 385,148,000	77%
5.	DESEMBER	Rp 550,000,000	Rp 572,131,000	104%
6.	JANUARI	Rp 550,000,000	Rp 562,155,000	102%
7.	FEBRUARI	Rp 600,000,000	Rp 455,329,000	76%
8.	MARET	Rp 600,000,00	Rp 510,720,000	85%
9.	APRIL	Rp 750,000,00	Rp 539,339,000	72%
10.	MEI	Rp 750,000,000	Rp 423,871,000	57 %
11.	JUNI	Rp 600,000,000	Rp 355,199,000	59 %
12.	JULY	Rp 600,000,000	Rp 551,150, 000	92 %
13.	AGUSTUS	Rp 600,000,000	Rp 643,110, 000	107 %

Sumber: Toko Handphone Lasvegas Cabang Gresik (2022-2023)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat digambarkan bahwa Toko *Handphone* Lasvegas Cabang Gresik mengalami fluktuasi di setiap bulannya. Terlihat bahwa hasil hasil penjualan (omzet) masih ada yang belum mencapai target penjualan yang sudah ditentukan setipa bulannya. Hal ini dikarenakan banyak pesaing bisni dibidang elektronik tersebut. Oleh karena itu, peningkatan target penjualan Toko *Handphone* Lasvegas Cabang Gresik menjadi urgensi dalam penelitian ini.

Terdapat penerapan strategi yang kurang tepat yang dilakukan oleh toko *handphone* las vegas sehingga mengakibatkan capaian target tidak maksimal sesuai degan yang sudah ditetapkan oleh toko *handphone* lasvegas. Pendapatan pada toko *handphone* las vegas mengalami fluktuasi setiap bulanya . Hal ini merupakan bentuk ancaman bagi Toko *Handphone* Lasvegas Cabang Gresik. Sering terjadi acaman dari sektor eksternal yaitu adanya kompetitor Toko *Handphone* Lasvegas Cabang Gresik. Semakin ketatnya persaingan antar toko *handphone* pelaku usaha



harus merancang strategi bisnis agar menarik minat pembeli, misalnya dengan menjelaskan spesifikasi *handphone* yang akan dibeli oleh konsumen.

Dilihat dari sumber diatas, selain mengalami penurunan toko *handphone* las vegas juga mempunyai kompetitor yang matang dalam persaingan bisnis sehingga toko *handphone* las vegas perlu melakukan analisa dan penjualan ulang terkait dengan strategi pemasaran yang telah diterapkan. Dengan adanya tantangan tersebut Toko *Handphone* Lasvegas Cabang Gresik dituntut untuk meningkatkan kemampuan dalam bersaing dengan menerapkan strategi bisnis yang tepat dalam meningkatkan persaingan dan target penjualan.

Adanya permasalahan tersebut menimbulkan keinginan peneliti untuk meneliti lebih dalam terkait permasalahan dalam menentukan strategi pemasaran dengan cara menganalisa SWOT. Oleh karena itu Peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Target Penjualan *Handphone* Pada Toko Lasvegas Cabang Gresik".

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas masalah dalam penelitian adalah :

- 1) Bagaimana strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh Toko Lasvegas Cabang Gresik untuk meningkatkan target penjualan dengan menggunakan Analisis SWOT?

## **1.3. Tujuan**

Adapun tujuan dari permasalahan diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bauran pemasaran yang digunakan pengelola untuk meningkatkan target penjualan dengan menggunakan analisis SWOT.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1. Secara Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi sarana pengembangan dan juga menambah wawasan yang diharapkan dapat menjadi acuan bagi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur khususnya dalam bidang pemasaran terkait dengan bauran pemasaran.

##### **2. Secara Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk pertimbangan oleh pihak perusahaan dalam mempertahankan target penjualan dan kontribusi dalam mengambil strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan dapat mempertahankan konsumen lama dan bisa menarik konsumen-konsumen baru.