

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan bisnis memainkan peran penting dalam menghubungkan Negara-negara di dunia dan mendorong pembangunan ekonomi suatu negara, sehingga kegiatan bisnis berkembang sangat pesat. hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai perusahaan dengan produk-produk sejenis yang memicu terjadinya persaingan untuk memperebutkan konsumen dan pangsa pasar . dengan keadaan yang kompetitif ini mendorong perusahaan untuk menciptakan inovasi baru yang akan menarik minat konsumen terhadap produk barang atau jasa yang di tawarkan .Dalam hal ini, perusahaan harus bertindak secara efektif dan efisien agar bisnis yang dijalankan dapat bertahan dalam waktu lama dan mempertahankan eksistensinya.dibutuhkan pula perencanaan secara matang yaitu rencana jangka panjang yang menitik beratkan pada kelangsungan hidup perusahaan tersebut. diperlukan adanya strategi yang baik dan benar agar terjadi kontinuitas yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuan yang ada. Pentingnya pemasaran mendorong perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh keberhasilan dengan cara menerapkan langkah-langkah strategi pemasaran .

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang ,program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya (Chandler dalam Rangkuti (2018:3-4)) . strategi pemasaran berperan untuk mengembangkan perusahaan agar semakin maju karena persaingan yang semakin luas. didalam perusahaan pasti memiliki strategi masing-masing untuk dapat mengembangkan usahanya guna mencapai

target yang di inginkan. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat maka perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan sehingga posisi perusahaan tetap stabil.

Setiap pelaku bisnis harus menentukan analisis yang menguntungkan bagi usahanya, Analisis SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*) dapat digunakan untuk membantu menganalisa strategi bisnis yang tepat . analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Pelaku bisnis dituntut untuk menentukan *strength* atau kekuatan yang dapat dimaksimalkan untuk keberlangsungan usahanya. *Weakness* atau kelemahan merupakan hal yang harus di minimalkan agar tidak mengganggu kelangsungan bisnis di masa yang akan datang. *Opportunities* atau peluang merupakan hal yang harus dicermati secara teliti oleh pelaku bisnis agar dapat berkembang dan memiliki inovasi lebih daripada pesaing. *Threats* atau ancaman merupakan hambatan yang perlu diperhatikan agar kedepannya dapat diatasi ataupun di cegah . untuk mendapatkan strategi dengan menggunakan analisis SWOT maka peneliti menggunakan dasar-dasar strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran.

Dalam strategi pemasaran terdapat istilah Bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasaran merupakan cara dimana pengusaha dapat mempengaruhi konsumennya yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan yang konkret. Untuk keperluan tersebut pengusaha dapat melakukan tindakan-tindakan yang terdiri

dari 4 macam, yaitu tindakan mengenai produk (*product*), Harga (*Price*), distribusi atau penempatan produk (*place*) dan promosi (*promotion*).

Dewasa ini sektor industri merupakan kontributor terbesar bagi perekonomian di Indonesia, salah satu sektor industri yang ada adalah industri pengolahan pangan yaitu pengolahan hasil pertanian nabati maupun hewani menjadi produk olahan pangan. Karena pangan merupakan kebutuhan pokok manusia maka industri pangan memiliki prospek bisnis yang baik dan keberadaannya akan selalu dibutuhkan.

Kedelai merupakan salah satu hasil pertanian yang banyak diminati masyarakat serta komoditas tanaman pangan yang banyak dikembangkan di Indonesia, baik itu digunakan sebagai bahan makanan manusia, bahan baku industri dan pakan ternak . Tahu merupakan salah satu panganan berbahan dasar kedelai yang masih banyak diminati sampai saat ini karena kandungan gizi yang tinggi dan harga relatif murah sehingga tahu dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Adapun industri pengolahan kedelai yang banyak berkembang di masyarakat adalah industri tahu.

Tahu diminati karena harganya yang relatif terjangkau dan memiliki cita rasa yang lezat, menurut data badan pusat statistik rata-rata konsumsi tahu dan tempe masyarakat per kapita dalam seminggu yaitu :

Tabel 1.1 Rata-rata konsumsi per kapita mingguan tahu dan tempe tahun 2015-2019

	2015	2016	2018	2018	2019
Tahu (Kg)	0,144	0,151	0,157	0,158	0,152
Tempe (Kg)	0,134	0,141	0,147	0,146	0,139

Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa rata-rata konsumsi mingguan produk tahu mengalami peningkatan dibandingkan dengan konsumsi produk tempe. Hasil tersebut diperoleh dari perhitungan data konsumsi tahu dan tempe semua rumah tangga selama seminggu kemudian dibagi banyaknya jumlah anggota rumah tangga secara nasional selama kurun waktu 2015- 2019. Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tahu menjadi makanan yang banyak diminati. Hal ini juga menunjukkan bahwa usaha pembuatan tahu adalah salah satu industri yang berpotensi besar dan mampu bertahan di tengah persaingan dengan industri pangan lain.

Keberadaan tahu yang diminati oleh semua lapisan masyarakat membuat peluang usaha industri tahu ini semakin luas. Tentunya hal ini tidak lepas dari analisis permintaan dan penawaran produk tersebut . keadaan ini membuat skala industri tahu menjadi beragam . dari industri kecil atau rumah tangga , industri menengah sampai industri besar. Selain modal berupa uang modal yang dibutuhkan oleh pengusaha adalah kemampuan untuk menangkap peluang pasar.

Salah satu pengusaha tahu yang dapat menangkap peluang pasar adalah Muhammad solikin beserta istrinya wiwik yang mendirikan usaha tahu

bernama CV. Karya Perdana di desa Sumbermulyo , Jombang, Jawa Timur. Usaha ini didirikan pada tahun 2002 yang menghabiskan modal sebesar 65 juta . awalnya usaha ini masih memproduksi dalam jumlah terbatas namun seiring berkembangnya usaha, produksi mulai dilakukan dalam jumlah besar. pemilik usaha tahu tersebut menuturkan bahwa setiap hari produksinya bisa menghabiskan 3.5 ton sampai 4 ton kedelai yang akan diolah menjadi berbagai jenis tahu. Dilihat dari jumlah bahan baku yang digunakan menandakan bahwa permintaan tahu masih tinggi dan berpotensi untuk dikembangkan dimasa yang akan datang.

Semakin banyak pesaing baru yang muncul mulai dari industri kecil atau *home industri* sampai industri besar yang sudah merambah ke seluruh jawa timur . semuanya bersaing dengan gencar melakukan kegiatan pemasaran seperti promosi , perluasan wilayah distribusi, inovasi baru sampai harga yang bersaing. Hal tersebut dilakukan untuk memperebutkan konsumen dan pasar. Menurut imam subekhi ketua paguyuban tahu di desa Sumbermulyo mengatakan bahwa saat ini jika di total terdapat lebih dari 22 pabrik atau perusahaan tahu yang sudah berdiri (www.majalahsuarapendidikan.com) . diantaranya industri Tahu “Subekhan”, pabrik tahu “BBB” , pabrik tahu “PONG” khas jombang , pabrik tahu “Sofi” , Pabrik tahu “Pak Rukin” , pabrik tahu “Ndampang” , “putra mandiri” tahu, “Dika Jaya” tahu, “DKS” tahu dan lain-lain.

Kondisi CV. Karya Perdana yang belum stabil menyebabkan volume penjualan cenderung fluktuatif seperti pada table berikut :

TABEL 1.2**Data Penjualan CV. Karya Perdana bulan Juni – November tahun 2020**

Bulan	Penjualan per pcs
Juni	726.260
Juli	827.731
Agustus	845.080
September	770.464
Oktober	898.051
November	820.280

Sumber: pemilik Cv. Karya Perdana

Berdasarkan Tabel 1.2 , dapat diketahui bahwa jumlah penjualan tahu per pcs mengalami kenaikan dan penurunan (fluktuatif) dilihat dari jumlah penjualan selama bulan Juni – November 2020. Penjualan tertinggi diperoleh pada bulan Oktober 2020 dengan jumlah 898.051 pcs tahu sedangkan penjualan terendah terjadi pada bulan Juni 2020 dengan jumlah 726.260 pcs tahu. Kondisi yang belum stabil ini harus di atasi agar perusahaan tidak mengalami kerugian dengan cara penerapan strategi yang tepat maka volume penjualan dapat ditingkatkan menjadi lebih baik lagi .

Adanya fluktuasi penjualan tahu selama bulan juni-November 2020 serta banyaknya jumlah pesaing sejenis yang masuk , maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di CV. Karya Perdana . peneliti ingin mengetahui

strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV tersebut sehingga akan mempengaruhi jumlah penjualan yang berdampak pada profit perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan , maka peneliti mengambil judul “ **Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Karya Perdana Jombang** ”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada CV. Karya Perdana Jombang ?
2. Bagaimana Analisis SWOT pada CV.Karya Perdana Jombang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan oleh CV. Karya Perdana Jombang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali mengenai yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran pada CV. Karya Perdana Jombang dalam meningkatkan volume penjualan. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan masukan atau pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan , serta menjadi

referensi untuk tindakan selanjutnya pada hal pengambilan keputusan bisnis.

2. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan strategi pemasaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca sebagai sumbangan pemikiran dari permasalahan yang sama maupun yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut