

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi di bidang ekonomi yang semakin membuka peluang asing. Di tengah ketatnya persaingan secara global, yang mengacu kepada pesaing yang berkembang saat ini, di haruskan mempunyai kreatifitas dan inovasi dalam menjalankan bisnis sehingga tidak tertinggal oleh pesaing lain. Salah satu bisnis baru yang saat ini berkembang pesat yaitu bisnistoko peralatan rokok elektrik, kebutuhan para pemuda masyarakat yang akan menjadikan semua ini menjadi peluang usaha pemuda masyarakat.

Saat ini peluang usaha rokok elektrik, tidak hanya fokus pada kualitas produk saja. Tetapi kemasan produk, variasi produk yang di tawarkan, jasa (service) serta fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman juga menjadi faktor yang menentukan. Karena masyarakat yang dinamin maka usaha toko peralatan rokok elektrik dituntut inovatif agar mampu bersaing menarik calon konsumen. Sebagai pemenuh kebutuhan konsumen tersebut maka dibuatlah desain usaha rokok elektrik yang sesuai dengan minat konsumen.

Seperti perkembangan zaman pada saat ini persaingan dalam bidang bisnis toko rokok elektrik cukup ketat. Persangan yang muncul adalah ketika sebuah toko rokok elektrik satu dengan toko rokok elektrik

yang lain bersaing dalam menarik minat konsumen dengan menggunakan berbagai macam strategi. Banyak strategi penjualan yang diterapkan para pelaku toko rokok elektrik, salah satu strategi bisnis yang bisa dilakukan adalah melakukan strategi pemasaran, yaitu senjata utama dalam kegiatan bisnis. Karena dengan adanya pemasaran yang efektif maka seluruh kegiatan bisnis dapat berjalan sesuai dengan rencana.

Pemasaran memiliki peran penting dalam kegiatan bisnis, karena itulah strategi pemasaran yang telah ditetapkan harus dapat menarik konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan. Strategi pemasaran yang efektif, salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan yang lebih baik bila dapat meningkatkan dari tahun ke tahun, dimana kegiatan pemasaran secara langsung mengarah pada pencapaian tujuan perusahaan yang salah satunya adalah peningkatan volume penjualan yang ujung-ujungnya memperoleh jumlah laba yang optimal. Sehingga dapat dikatakan bahwa laba diperoleh satu perusahaan merupakan pemcerminan dari keberhasilan aktivitas pemasaran perusahaan itu sendiri.

Salah satu upaya yang ditempuh oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan adalah perlunya ditunjang strategi pemasaran melalui orientasi bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi. Dari keempat bauran pemasaran tersebut yang menjadi salah satu titik tolak adalah harga, penentuan harga bertujuan untuk mendorong penjualan dalam pemasaran suatu barang dan jasa, dan juga bersaing dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan. Kebijakan perencanaan produk, penyaluran barang maupun

penggunaan media promosi yang baik tidak akan menghasilkan sesuatu bila kebijakan tentang harga tidak ikut diperhatikan.

Dengan demikian harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar, selain itu harga juga mempengaruhi bagian posisi, persaingan dan bagian suatu kebijaksanaan dalam arti bahwa harga yang ditetapkan dapat terjangkau sesuai dengan tingkat kemampuan konsumen dan di lain pihak tidak merugikan perusahaan itu sendiri. Jadi dalam kegiatan penjualan, konsumen harus mendapatkan perhatian sepenuhnya, karena konsumen mempunyai kebebasan dalam memilih suatu barang yang disenangi.

Memuaskan pelanggan dengan produk yang bermutu tinggi merupakan kunci prestasi yang menguntungkan. Fungsi pemasaran dalam perusahaan bertugas menentukan target pelanggan serta cara terbaik untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka secara bersaing dan menguntungkan.

Penikmat rokok elektrik di Indonesia sendiri sudah banyak terutama di kalangan masyarakat remaja, karena rokok elektrik juga diklaim sebagai rokok yang lebih sehat dan ramah lingkungan dari pada rokok biasa dan tidak menimbulkan bau dan asap. Selain itu, rokok elektronik lebih hemat dari pada rokok biasa karena bisa diisi ulang. Bentuknya ENDS seperti batang rokok biasa. Namun tidak membakar tembakau seperti produk rokok konvensional.

Berikut adalah data penjualan Toko Rokok Elektrik XCloud di Surabaya.

Tabel 1 Data Volume Penjualan Toko Rokok Elektrik XCloud di Surabaya Tahun 2016

NO	Bulan	Ketersediaan barang		Barang Terjual	
		Liquid	Device	Liquid	Device
1	Januari	600 Botol	200	450 Botol	80
2	Pebruari	621 Botol	210	423 Botol	82
3	Maret	742 Botol	209	441 Botol	88
4	April	511 Botol	300	476 Botol	144
5	Mei	632 Botol	343	116 Botol	147
6	Juni	610 Botol	301	195 Botol	149
7	July	700 Botol	314	160 Botol	134
8	Agustus	710 Botol	217	132 Botol	97
9	September	678 Botol	219	179 Botol	101
10	Oktober	723 Botol	287	191 Botol	144
11	November	790 Botol	319	166 Botol	153
12	Desember	770 Botol	326	265 Botol	162

Sumber xcloud surabaya 2016

Keterangan :

Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa tiap bulannya Toko Rokok Elektrik XCloud di Surabaya memiliki hasil penjualan yang berbeda dan selalu naik turun, serta dengan volume penjualan yang diperoleh pula selalu naik turun.

Masalah yang akan menjadi latar belakang dalam penelitian ini adalah toko rokok elektrik xcloud Surabaya yang merupakan salah satu usaha peralatan toko rokok elektrik di Indonesia khususnya di Surabaya memiliki kemampuan bersaing yang baik dibandingkan usaha toko rokok elektrik lain yang memiliki produk yang sama. toko rokok elektrik xcloud surabaya adalah usaha rokok alternatif selain rokok tembakau yang berada di lokasi strategis yaitu di jalan Raya Tenggilis 70, Surabaya yang merupakan lokasi dekat dengan perumahan, perkantora, kampus (UBAYA, UPN, STIE) serta sebagai salah satu akses yang banyak dilalui oleh kendaraan roda empat maupun roda dua. Dapat dilihat dari tingkat keramaian pada konsumen dan pelanggan tersebut, toko rokok elektrik xcloud surabaya juga menyediakan ruang khusus untuk kegiatan cloud cassing dan vape trick buat para komunitas. Sehingga dalam strategi bisnis nya selalu mengedepankan strategi pemasaran dengan pelayanan yang maksimal kepada para konsumen dan pelanggan untuk dapat menjual produk demi meraih keuntungan yang di harapkan perusahaan.

Untuk itu kemampuan dalam meningkatkan kepuasan secara terus menerus merupakan syarat mutlak bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. toko rokok elektrik xcloud surabaya berusaha melakukan perbaikan dan penyusunan strategi yang signifikan guna upaya untuk meningkatkan ketersediaan barang dan barang yang sering terjual.

Oleh karena itu dalam penelitian ini, penulis mengangkat judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Rokok Elektrik XCloud di Surabaya”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan volume penjualan pada Toko roko elektrik XCloud di Surabaya?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan yang dilakukan Toko Rokok Elektrik XCloud Surabaya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Secara praktis

Melalui penelitian di toko rokok elektrik XCloud Surabaya ini diharapkan dapat memecahkan masalah strategi pemasaran yang dilakukan agar dapat disajikan sebagai kebijakan dalam menentukan strategi bisnis yang dapat dijalankan Toko Rokok Elektrik XCloud di Surabaya serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian yang akan datang

### 2. Secara Teoritis

Melalui penelitian di Toko Rokok Elektrik XCloud Surabaya ini Hasil peneltian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu administrasi bisnis utamanya kebijakan strategi pemasaran.