BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di Negara Indonesia banyak berkembang berbagai usaha dari usaha kecil menengah sampai usaha besar. Pebisnis bersaing untuk menawarkan berbagai produk yang mereka tawarkan, baik produk di bidang jasa maupun barang. Maka, tentulah konsumen yang paling diuntungkan karena konsumen diberikan kesempatan lebih luas untuk memilih produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Pebisnis berusaha mengatur strategi agar produk mereka diminati oleh banyak konsumen. Untuk itu, pebisnis perlu memperbaiki dan mengembangkan produk yang dihasilkan agar lebih mencolok dan unik untuk menarik perhatian para konsumen. Dengan begitu, kualitas produk yang dihasilkan akan lebih baik lagi sehingga konsumen tidak akan ragu dalam berbelanja.

Setiap pebisnis akan selalu menjaga kualitas produk sehingga mereka bisa mendapatkan permintaan produk yang banyak karena kualitas produk yang bagus, sehingga konsumen akan percaya dan tidak akan ragu terhadap produk yang dihasilkan tersebut. Apabila pebisnis tidak mementingkan kualitas produk, maka pebisnis tidak dapat berhasil mendapatkan konsumen yang tetap dan tidak mampu bersaing dengan pesaing-pesaing yang lain. Dengan meningkatnya tingkat hidup masyarakat, maka tentu saja kebutuhan masyarakat semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih barang yang akan mereka beli yang mereka anggap paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut (Suwarso, 2018:101) bisnis adalah kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dana menjual barang ataupun jasa agar mendapatkan keuntungan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat

Dapat disimpulkan dari keterangan di atas bahwa bisnis merupakan kegiatan.Usaha individu atau kelompok dalam melakukan transaksi jual beli untuk mendapatkan keuntungan Bisnis juga bisa menjadi pendongkrak pendapatan suatu Negara.

Palembang memiliki keanekaragaman suku budaya seni dan makanan. Salah satu keanekaragaman seni dan budaya Palembang sejak dulu hingga sekarang adalah songket dan bahan jumputan Songket adalah sebutan untuk kain tenun yang dibuat dengan teknik menambah benang pakan sebagai hiasan, yaitu dengan menyisipkan benang emas. perak atau warna di atas benang lungsin Benang emas dan perak digunakan untuk membentuk pola yang khas melalui alat yang bernama dayan, sedangkan bahan jumputan adalah bahan yang telah diwarnai melalui teknik khusus dengan cara di ikat.

Dalam memasarkan, kualitas produk juga perlu diperhatikan, karena kualitas produk juga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan bagus dan menarik maka konsumen akan dengan mudah membuat keputusan membeli atau tidaknya produk tersebut. Sebaliknya apabila kualitas produk yang dihasilkan kurang bagus atau kurang memuaskan maka konsumen tidak akan tertarik dan tidak mengulangi pembelian tersebut.

Salah satu usaha yang ada yaitu Fikri Koleksi Palembang yang merupakan usaha yang bergerak di bidang industri tradisional kerajinan khas rakyat tenun kain songket Palembang dan juga bergerak di bidang perdagangan yang menjual barang-barang seperti kain batik, kain songket, kain jumputan dan masih banyak kerajinan tangan yang lainnya. Fikri Koleksi berlokasi di Tangga Buntung Jalan Kiranggo Wiro Santiko No. 500, 30 Ilir, Palembang, Sumatera Selatan.

Tangga buntung termasuk daerah yang padat penduduk. Terlihat dari kanan kiri rumah masi banyak yang berbentuk rumah limas, yang merupakan rumah adat kota Palembang. Di daerah ini juga banyak usaha yang menjual berbagai macam ciri khas kota Palembang salah satunya

adalah Fikri Koleksi Palembang ini. Berbagai jenis kain songket dan kerajinan tangan yang diproduksi dan dijual oleh Fikri Koleksi Palembang diantaranya adalah limar mentok, limar cantik, bintang rante besak, nampan merah, nago besaung, jando beraes dan dodot. Sedangkan untuk kerajinan tangan yang dijual adalah kipas, dompet, peci, kotak tisu, tanjak, gantungan kunci dan lain sebaginya. Penjualan Fikri Koleksi mulai fokus dalam segmentasi pasarnya, Fikri Koleksi memfokuskan pasar untuk kalangan menengah. Sedangkan perkembangan dari aspek pemasarannya, Fikri Koleksi mengembangkan strategi pemasarannya, selain pemasaran langsung ke konsumen.

Lokasi tempat usaha Fikri Koleksi merupakan pasar persaingan sempurna yang dimana para pesaingnya menjual produk yang sama. Untuk itu mereka harus memiliki inovasi-inovasi di dalam produknya atau memiliki ciri unik atau khas agar dikenal dan membuat calon konsumen tertarik. Fikri Koleksi membuat inovasi dalam produknya dengan segmentasi yang berbeda-beda yaitu mengolah bahan jumputan menjadi atasan wanita dan gamis, membuat oneser atau setelan wanita yang dilengkapi dengan atasan wanita yang modis dengan bawahannya memakai rok atau celana, membuat sweater jumputan dengan target wanita umur 20-50 tahun lebih.

Tabel 1.1 di bawah adalah total omzet penjualan pada Fikri Koleksi selama 3 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Total Omzet Penjualan Tahun 2019-2021

Tahun	Omzet Penjualan
2019	Rp. 628.258.000
2020	Rp. 238.280.000
2021	Rp.215.206.000

Sumber : Fikri Koleksi, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 Usaha Fikri Koleksi selama 3 tahun terakhir. Tahun 2019 mencapai Rp. 628.258.000 jumlah tersebut lebih dari yang ditargetkan pada tahun tersebut. Pada tahun 2020 mengalami penurunan dari jumlah yang ditargetkan pada tahun tersebut yaitu mencapai Rp. 238.280.000. Pada tahun 2021 mengalami penurunan dari yang ditargetkan juga yaitu Rp.215.206.000. Terjadi penurunan drastis pada tahun 2021 yang menbuat penurunan volume penjualan pada Fikri Kolesi. Sehingga juga berdapak pada pendapatan pertahun usaha ini.

Berdasarkan uraian diatas dan berbagai kendala yang terjadi di Fikri Koleksi, penulis tertarik mengambil judul "**Upaya Peningkatan Volume Penjualan Produk pada Fikri Kolesi Palembang".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka masalah pokok yang akan dibahas pada penelitian ini adalah. Bagaimana upaya yang dilakukan Fikri Koleksi Palembang dalam meningkatkan volume penjualan produk pada Fikri Koleksi Palembang ?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mempermudah dan membuat laporan akhir ini terarah dan tidak menyimpang dari perumusan masalah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan Adapun ruang lingkup yang akan dibahas penulis yaitu, Upaya Peningkatan Volume Penjualan Produk padam dalam total maupun rupiah Fikri Koleksi Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut. Untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan Fikri Koleksi Palembang dalam meningkatkan volume penjualannya.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat penulisan laporan ini adalah sebagai berikut

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan pengetahuan dan menerapkan ilmu yang didapat penulis dari perkuliahan di bidang pemasaran dalam mempertahankan penjualan melalui pengembangan produk

b. Bagi Perusahaan.
   1. Agar perusahaan dapat menganalisis upaya dalam meningkatkan volume penjualan pada Fikri Koleksi Palembang.
   2. Agar perusahaan dapat memperbaiki upaya dalam mempertahankan volume penjualan melalui pengembangan produk.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan unutk dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkhusus pada bidang pemasaran untuk dapat mengetahui strategi pemasaran.

1.5 Metodelogi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian laporan akhir ini, penelitian dilakukan di Fikri Koleksi Palembang yang beralamat di Tangga Buntung Jalan Kiranggo Wiro Sentiko No. 500, 30 Ilir, Palembang, Sumatera Selatan. untuk mengetahui upaya yang di gunakan Fikri Koleksi Palembang untuk meningkatkan volume penjualannya.

1.5.2 Sumber Data

Berikut ini data yang penulis gunakan dalam penulisan laporan akhir, yaitu terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

   Data primer merupakan data yang di kumpulkan peneliti secara langsung melalui objeknya yang bersifat asli untuk tujuan tertentu Berkaitan dengan hal tersebut, maka data yang diperoleh berasal dari hasil wawancara bersama narasumber yang merupakan bagian pada kepada pemilik tokoh dan karyawan. Wawancara ini dilakukan secara mendalam terkait upaya yang digunakan Fikri Koleksi Palembang untuk meningkatkan penjualannya.

2. Data Sekunder

   Data sekunder yang diperoleh penulis dalam bentuk sudah jadi berupa data yang dikumpulkan oleh pihak/orang lain. Seperti sejarah singkat perusahaan, uratan pekerjaan, jurnal-jurnal, studi kepustakaan, serta hasil penelitian pihak lain.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian guna menunjang peneliti dalam melakukan penelitian Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam laporan akhir ini menggunakan metode berikut:

a. Wawancara

   Menurut Hadari dalam Fitriyah dan Luthfiyah (2017:66) wawancara pada hakikatnya dilakukan seorang peneliti untuk memperoleh pemahaman secara perspektif seseorang terhadap isu, tema atau topik tertentu. Dalam hal ini penulis mewawancarai narasumber untuk mengambil informasi-informasi mengenai upaya yang digunakan Fikri Koleksi Palembang untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan wawancara pemilik usaha, pengelolah toko dan pembeli.

b. Dokumentasi

   Menurut (Sugiyono, 2013:196), Dokumentasi diperlukan

sebagai pelengkap/penunjang informasi dalam penelitian, data perimer pada penelitian ini berupa dokumentasi hasil wawancara yaitu foto bersama informan dalam rekaman hasil wawancara. Sumber data sekunder pada penelitian ini berupa data internal, studi jurnal terdahulu, dan litratur/teori-teori buku.

1.6 Sistematika Penulis

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

1.2 Perumusan Masalah

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

1.4.2 Manfaat Penelitian

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

b. Sumber data

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bisnis

2.2 Pemasaran

2.2.1Definisi Pemasaran

2.2.2 Bauran Pemasaran

2.3 Produk

2.3.1 Pengertian Produk

2.3.2 Pengembangan Produk

2.4 Harga

2.4.1 Tujuan Penetapan Harga

2.5 Tempat

2.5.1 Fungsi Seluruh Distribusi
2.6 Promosi
2.6.1 Bauran Promosi
2.7 Penjualan
2.9.1 Volume Penjualan
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN
3.1 Sejara Singkat Perusahaan
3.2 Visi, Misi dan Logo Perusahaan
a. Visi Perusahaan
b. Misi Perusahaan
3.3 logo Perusahaan
3.4 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas
3.4.1 Pembagian Tugas Fikri Koleksi Palembang
3.5 Informasi Produk
3.6 Data-data Kegiatan Upaya Yang Dilakukan Fikri Koleksi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk.
3.6.1. Pengembangan Produk
3.6.2. Promosi ysng dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan
3.6.3 Penetapan harga produk
3.6.4 Omzet Penjualan
3.6.5. Teknik Analisi Data
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1 Hambatan yang Dihadapi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk pada Fikri Koleksi
4.2 Upaya-upaya yang Dilakukan Fikri Koleksi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produknya.
4.2.1 Reduksi Data
4.2.2 Penyajian Data
4.2.3 kesimpulan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran