

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Usaha ini dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan melalui usaha mencari dan membina pelanggan, serta usaha untuk menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila proses pemasaran perusahaan menerapkan strategi yang mantap untuk menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Tujuan utama pemasaran ialah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara memuaskan. Konsumen dipuaskan agar menjadi loyal. Konsumen yang loyal akan membeli berkali-kali, mengajak orang lain dan menceritakan kepada orang lain tentang kebaikan produk atau perusahaan yang memproduksinya. Hal ini merupakan promosi gratis dari mulut kemulut dan biasanya lebih efektif daripada jenis promosi lainnya, sebab orang lebih percaya apa yang dikatakan kawan dekatnya daripada yang dikatakan pengiklan, dengan demikian penjualan akan meningkat dan pada gilirannya laba perusahaan juga meningkat.

Salah satu kunci sukses menerapkan konsep pemasaran adalah pemahaman atas kebutuhan, keinginan, dan perilaku para pelanggan. Untuk itu, perusahaan harus mampu dan bersedia mendengarkan suara pelanggan melalui

analisis pasar. Tujuan utama menganalisis pasar adalah untuk menentukan kebutuhan pembeli yang ingin dipenuhi oleh perusahaan dan menetapkan cara merancang serta menetapkan tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut.

Saat ini bisnis toko baju masih diminati oleh banyak orang, namun tak jarang banyak juga dari pelaku bisnis ini terpaksa menutup usahanya dikarenakan sepi pembeli. Salah satu penyebab toko baju sepi pembeli adalah kurangnya strategi dalam pemasaran toko baju mereka, walaupun dari sekian banyak toko baju tersebut sudah menggunakan program toko baju. Agar toko baju bisa terlihat berbeda dengan toko yang lain, maka harus memiliki ciri khas. Hal yang harus dilakukan dengan mencari keunikan toko, baik dari sisi barang yang dijual maupun pelayanan yang ditawarkan. Jika toko tersebut memiliki ciri khas maka orang akan lebih mudah untuk mengingatnya. Ini juga berarti toko tersebut akan menjadi lebih cepat dikenal dan pembeli akan selalu bertambah dari hari sehari.

Bisnis pakaian merupakan salah satu bisnis dengan prospek yang menjanjikan. Pakaian merupakan kebutuhan primer bagi manusia. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang mutlak harus dipenuhi dan tidak dapat diganti dengan yang lain, karena jika suatu kebutuhan tidak terpenuhi, orang akan merasa kehilangan dan tidak bahagia. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer yang selalu mengikuti arus zaman. Mengikuti trend masa kini menjadikan pakaian nampak tidak kaku, nyaman dipakai dan sedap dipandang mata. Selain itu, bagi sebagian orang pakaian dapat juga merupakan sebagai barang yang menunjukkan keberadaan atau tingkat sosial dan ekonomi orang tersebut.

Hal inilah yang mendorong penulis untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang strategi pemasaran Toko Zona Muslim. Toko Zona Muslim merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan baju. Berdiri sejak tahun 2011 dan bertempat di Jl. Pipa Reja, 8 Ilir Kecamatan Kemuning, Kota Palembang. Toko Zona Muslim menjual fashion muslim dan aksesoris lainnya. Toko Zona Muslim menghadapi persaingan yang ketat dengan usaha lain yang sejenis.

Maka usaha harus terus melakukan inovasi dan lebih berupaya mengatur pemasaran sehingga dapat merebut pangsa pasar. Zona Muslim dari tahun ke tahun memiliki penjualan yang tidak stabil dan terkadang tidak mencapai target tiap tahunnya.

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Penjualan Pada Toko Zona Muslim
2017-2021

No.	Tahun	Target Penjualan per Tahun (Rp)	Realisasi Penjualan (Rp)
1.	2017	400.000.000	428.300.000
2.	2018	400.000.000	435.750.000
3.	2019	400.000.000	415.350.000
4.	2020	400.000.000	390.150.000
5.	2021	400.000.000	385.800.000

Sumber: Owner Toko Zona Muslim Palembang

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas target dan realisasi penjualan pada Toko Zona Muslim selama 5 tahun terakhir. Pada tahun 2017 jumlah penjualan mencapai Rp 428.300.000. Pada tahun 2018 jumlah penjualan mengalami peningkatan dari yang ditargetkan pada tahun tersebut, yaitu sebesar Rp 435.750.000. Pada tahun 2019 juga mengalami peningkatan dari yang ditargetkan yaitu sebesar Rp 415.350.000. Pada tahun selanjutnya 2020 realisasi tidak tercapai dan mengalami penurunan yang di akibatkan dengan Covid-19. Pada tahun 2021 Jumlah penjualan kembali mengalami penurunan dari target yang diharapkan bahkan lebih kecil dari tahun sebelumnya. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Toko Zona Muslim untuk penjualan melalui media social menggunakan Whatsapp dan instagram namun tidak optimal. Selain melalui media social promosi yang telah dilakukan Toko Zona Muslim yaitu dengan menggunakan media cetak seperti poster dan brosur.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Penerapann Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan di Toko Zona Muslim Kota Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut: **“Bagaimanakah penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk di toko Zona Muslim Kota Palembang”**.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk menghindari pembahasan yang keluar dari fokus penelitian, maka cakupan dan batasan dalam penelitian hanya akan membahas hal-hal yang terkait fokus penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, yakni sesuai dengan rumusan masalah yang ada, agar penelitian dapat berjalan lancar dan fokus.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan makalah ini adalah untuk menjawab pertanyaan sesuai dengan rumusan masalah diatas, yaitu, untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk di toko Zona Muslim Kota Palembang.

1.4.1 Manfaat Penelitian

Hasil dari penulisan laporan akhir ini diharapkan bermanfaat bagi:

a. Bagi Penulis

Manfaat penelitian bagi penulis. Penulis dapat mengaplikasikan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan dan dapat mengetahui keadaan sebenarnya serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis khususnya mengenai strategi pemasaran.

b. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas penjualan produk di perusahaan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini dilakukan pada Toko Zona Muslim yang beralamatkan di Jalan Pipa Reja, 8 Ilir Kecamatan Kemuning, Kota Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan dua jenis sumber data untuk mendukung penelitian, yaitu:

1. Data Primer

Data primer menurut Sugiyono (2018:137) adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data. Pada penelitian ini, sumber data primer dalam penelitian ini adalah Bapak Sukadi selaku pemilik usaha Toko Zona Muslim.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:139). Data ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku dan literatur. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder berupa buku, literatur, dokumen yang yang menjadi dasar penelitian, jurnal dan internet.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2018:457) Observasi dasar semua pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan sebagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat di observasi dengan jelas. Teknik observasi peneliti yaitu dengan observasi teras teras atau tersamar yaitu peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan teras teras kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2019:137) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon. Mengenai hal ini, peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada Bapak Sukadi selaku pemilik usaha Toko Zona Muslim.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya documental dari seseorang. Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data menggunakan studi dokumen yaitu melakukan pengumpulan data yang diperoleh saat melakukan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan catatan tulisan, rekaman video, dan sebagainya yang didapat dari sumber penelitian.

1.5.4 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018:482) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, meyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami.