

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan ekonomi di negara yang sedang berkembang saat ini, dapat dirasakan adanya kemajuan yang pesat di dalam aktivitas perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Perkembangan dunia usaha pada saat ini menunjukkan adanya gejala persaingan yang semakin meningkat ke arah penguasaan pasar secara luas. Perusahaan besar maupun kecil, saling berpacu untuk merebut tempat pemasaran dengan berbagai macam cara dan usaha supaya perusahaan dapat menjual produk sebanyak-banyaknya pada konsumen yang membutuhkan. Sehingga perusahaan harus mendapat pasar yang luas dengan metode strategi pemasaran yang telah dikuasainya dengan baik.

Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap suatu bisnis atau usaha. Maka tidak heran jika setiap perusahaan melakukan berbagai macam strategi pemasaran agar dapat meningkatkan volume penjualan tersebut, maka perusahaan juga akan mendapat laba yang diinginkan. Semakin baik strategi pemasaran yang digunakan perusahaan tersebut maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk memperluas pangsa pasar.

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencan usaha. Hal ini dapat dilakukan jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akuran melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran dewasa ini mempunyai peranan yang besar sebagai penunjuang langsung terhadap

peningkatan laba perusahaan. Strategi pemasaran harus dapat memberi Gambaran yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran (Assasuri, 2007).

Persaingan yang semakin ketat mendorong produsen untuk menawarkan kelebihanannya yang tidak dimiliki oleh produsen lain termasuk dengan menawarkan desain yang menarik, kreatif dan inovatif. Di kota Palembang usaha percetakan sudah banyak didirikan, berdasarkan *website* StarOfService ada sekitar 271 usaha percetakan yang ada di kota Palembang. Ada sekitar 20 percetakan yang direkomendasikan oleh *website* Ekapedia beberapa diantaranya ialah Percetakan Indo Media, Xprint Large Format Digital Printing Palembang dan Percetakan Trabaz. Dari banyaknya usaha percetakan yang ada di kota Palembang tentu membuat persaingan usaha semakin ketat dan membuat masing-masing pemilik usaha harus lebih ekstra dalam menentukan strategi untuk menarik konsumen, dalam strategi pemasaran termasuk salah satunya ada elemen harga (*price*) yang bisa dilakukan pemilik usaha ialah dengan memberikan potongan harga dari banyaknya jumlah pembelian dan dengan didukung promosi (*promotion*) yang bisa dilakukan melalui media sosial seperti Instagram atau facebook dalam mengenali produk usaha yang ada.

Salah satu usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang semakin meningkat keberadaannya adalah usaha percetakan. Percetakan (*printing*) merupakan teknologi seni yang memproduksi salinan dari sebuah gambar (*image*) dengan sangat cepat seperti kata-kata atau gambar di atas kertas, kain dan permukaan-permukaan lainnya. Usaha percetakan adalah sektor usaha industri kreatif yang cukup banyak jenisnya seperti sablon manual/digital, *graphic design*, *digital printing*, media cetak dan *advertising*. Bisnis percetakan semakin dipermudah eksistensinya, baik itu dari segi teknologi cetak, operasionalisasi dan pendesainan. Tidak hanya sekedar jasa mencetak saja, percetakan juga memperhatikan desain dari setiap produk yang dihasilkan. Dalam perkembangannya, usaha percetakan tidak hanya di dominasi oleh perusahaan

besar saja tetapi usaha kecil menengah juga diharapkan memiliki keunggulan yang sama seperti perusahaan besar dan memiliki keunggulan dalam memberikan kepuasan konsumen serta dapat menciptakan peluang yang lebih besar.

Salah satu usaha percetakan yang ada di kota Palembang adalah Diann Printing yang beralamat di Jalan D.I. Panjaitan, Kecamatan Plaju, yang bergerak di bidang percetakan seperti cetak *banner*, undangan, buku yaasiin, foto, nota, *burning* CD-RW, *print*, ID card, cetak stiker, pengetikan, *scan* file dan *photocopy*. Usaha ini mempunyai peluang yang cukup besar untuk memperoleh keuntungan dikarenakan dekat dengan sekolah dan juga pemukiman. Usaha percetakan Diann Printing telah memiliki 2 cabang, dengan cabang lainnya berada di Kertapati. Diann Printing Plaju sudah berdiri sejak tahun 2017, berbagai macam rintangan dan hambatan seperti persaingan harga serta keterbatasan mesin atau alat cetak dan banyaknya persaingan industri yang semakin ketat membuat Diann Printing mengalami kesulitan dalam menarik konsumen atau pelanggan. Untuk itu Diann Printing harus dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kondisi perusahaan. Adapun data omset penjualan pada Diann Printing tahun 2017-2023 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penjualan Diann Printing Plaju

Tahun	Omset
2017	Rp 66.000.000
2018	Rp 67.200.000
2019	Rp 63.000.000
2020	Rp 54.000.000
2021	Rp 55.200.000
2022	Rp 58.000.000
2023	Rp 60.600.000

Sumber: Diann Printing, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa volume penjualan dari tahun 2017-2018 mengalami peningkatan sebesar Rp 1.200.000,- dan pada tahun 2019-2021 mengalami penurunan akibat adanya virus covid-19 yang menyebabkan banyaknya anak-anak sekolah maupun mahasiswa yang belajar

online begitupun untuk cetak undangan yang pada saat covid-19 banyak yang memakai undangan digital. Pada tahun 2022-2023 omset dari Diann Printing sudah mengalami kenaikan disbanding dengan tahun sebelumnya yang pada saat covid-19 terjadi.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membahas mengenai usaha Diann Printing dengan mengambil penelitian yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA DIANN PRINTING PLAJU.”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang meliputi 4P (*product, price, place, promotion*) yang akan diterapkan Diann Printing Plaju dalam meningkatkan volume penjualan.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penulisan laporan ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan hanya meliputi tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada Diann Printing, Plaju.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah penulis rumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis strategi pemasaran Diann Printing dalam meningkatkan volume penjualan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Mengetahui dan menambah wawasan mengenai strategi pemasaran yang dilakukan Diann Printing Plaju dalam meningkatkan volume penjualan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektivitas dan efisien dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif sehingga dapat meningkatkan penjualan di masa yang akan datang.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bacaan dan tambahan referensi bagi pembaca yang berkaitan dengan strategi pemasaran terhadap meningkatkan volume penjualan.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Percetakan Diann Printing yang beralamat di Jalan D.I. Panjaitan, 16 Ulu, Kec. Seberang Ulu II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30119.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yang berbentuk deskripsi kualitatif. Adapun penelitian lapangan (*field research*) yakni dengan melakukan tinjauan secara langsung pada perusahaan yang bersangkutan dengan menggunakan metode seperti observasi, wawancara dan pencatatan (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa penelitian deskripsi kualitatif adalah penelitian yang mendeskripsikan hasil penelitian secara sistematis, akurat dan nalar dengan merangkai kalimat yang tepat untuk memperoleh kesimpulan. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari pemilik UKM Diann Printing Plaju.

Menurut Sugiyono (2018:213) ada beberapa sumber data yang dapat digunakan dalam penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari data tersebut diperoleh, adapun data yang diperoleh meliputi:

a. Data Primer

Data Primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data primer dari Diann Printing melalui wawancara dengan pemilik dari Diann Printing.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan dan data yang telah diolah oleh pihak Diann Printing mengenai data penjualan, sejarah singkat, struktur organisasi, visi dan misi dari Diann Printing.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam pelaksanaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Riset Lapangan

Teknik pengumpulan data yang diperoleh secara langsung dengan mendatangi tempat yang menjadi objek pembahasan untuk memperoleh data-data yang penulis butuhkan. Adapun teknik yang digunakan antara lain:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi lapangan guna mendapatkan informasi yang nyata dan untuk mengetahui secara pasti mengetahui permasalahan yang dihadapi (Sugiyono, 2013). Observasi dilakukan dengan melihat langsung di lapangan misalnya kondisi lingkungan

usaha yang dapat digunakan untuk menentukan faktor layak yang didukung dengan adanya wawancara.

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga hasil dari wawancara dapat diolah dan dikonstruksikan dalam suatu topik tertentu. (Esterberg, 2002) penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik Diann Printing Plaju.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan membaca buku, jurnal, artikel dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

1.5.4 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisa yaitu deskriptif kualitatif. Deskripsi kualitatif yaitu suatu metode yang berfungsi untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis dan aktual mengenai fakta-fakta yang ada di lapangan dikumpulkan dan dikelompokkan serta disusun sedemikian rupa untuk dibandingkan dengan teori-teori yang relevan sehingga dapat di ambil suatu kesimpulan (Moleong, 2002).

Berdasarkan keterangan di atas maka dalam menganalisa data penulis menggunakan data yang diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data tersebut kemudian di analisis dengan menggunakan metode berpikir *induktif*. Penelitian induktif adalah metode penalaran yang berangkat dari masalah khusus ke umum (Santrock, 2010). Peneliti terjun ke lapangan dengan mempelajari, menganalisis, menafsirkan dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada di lapangan.

Jadi metode berpikir induktif yaitu metode yang diangkat dari fakta-fakta di lapangan terkait strategi pemasaran yang digunakan dalam

meningkatkan volume penjualan pada Diann Printing Plaju yang kemudian di analisis dan ditarik kesimpulan.