

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Semakin majunya zaman ditandai dengan kemunculan produk-produk yang semakin variatif, produk-produk tersebut dibuat sebagai alat pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin bervariasi pula. Memahami konsumen adalah suatu keharusan yang sangat mutlak karena setiap orang memiliki kebutuhan, keinginan, kemampuan dan selera yang berbeda, maka produk yang ditawarkan juga harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan

Pada masa sekarang ini terjadi persaingan global yang semakin marak. Perkembangan teknologi, siklus hidup produk yang semakin pendek dan tuntutan kualitas yang tinggi dari konsumen, telah mendorong perusahaan untuk mampu menghasilkan produk baru yang memiliki kualitas dan daya saing tinggi di berbagai industri, upaya untuk menciptakan produk berdaya saing yang tinggi melibatkan serangkaian proses. Faktor kualitas yang unggul dalam merancang suatu produk, agar perusahaan mampu bertahan dan unggul dalam persaingan.

Kemampuan usaha dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila usaha tersebut tidak mampu menjual maka usaha tersebut akan mengalami kerugian dan tidak stabil dalam peningkatan volume penjualan maka dari itu pihak usaha harus menentukan strategi yang baik dalam menjual, baik dari segi tempat maupun harga dengan para pesaing lainnya.

Perusahaan yang tidak melakukan usaha inovasi akan menghadapi resiko yang besar kehilangan pangsa pasarnya. Konsumen selalu menginginkan produk yang inovatif, karena selera dan kebutuhan mereka cenderung berubah mengikuti perkembangan jaman. Produk yang diinginkan konsumen adalah produk yang tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan mereka tetapi juga mampu memberikan kepuasan bagi penggunanya.

Perusahaan harus selalu melakukan upaya untuk meningkatkan volume penjualan dan mempertahankan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan

meningkatkan mutu dan kualitas produk, menjaga hubungan yang baik atau komunikasi dengan pelanggan, mendengar, menampung saran atau keluhan dari pelanggan guna mempertahankan pelanggan agar tidak beralih ke produk lain yang sejenis yang dihasilkan perusahaan pesaing.

Salah satu cara untuk menghadapi hal-hal diatas dengan melakukan pengembangan produk yaitu melakukan perbaikan, penyempurnaan atau menghasilkan produk baru yang berbeda dengan produk yang telah ada. Pengembangan produk pada dasarnya merupakan usaha yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk melakukan perbaikan atau menambah jenis yang ada. Pengembangan produk harus dilakukan sebaik mungkin dalam menghadapi perubahan selera, trend, teknologi sehingga dapat memenuhi keinginan pasar melalui produk yang dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan perlu dilakukan strategi yang tepat dan terencana dengan baik.

Usaha Bakso & Mie ayam Mulyono ini merupakan sebuah usaha kecil yang memproduksi Bakso dan Mie ayam sebagai bahan utama dalam pembuatannya. Berikut merupakan data penjualan Bakso & Mie ayam Mulyono 3 tahun terakhir.

Ini merupakan data volume penjualan Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang pada tiga tahun terakhir ini. Pada tahun 2013 penjualan mencapai Rp 1.260.000.000,- melebihi target yang diinginkan per tahunnya. Pada tahun 2014 mengalami peningkatan yang luar biasa dengan total penjualan Rp 1.584.000.000,- melebihi target yang hanya mencapai Rp 1.440.000.000. Namun, pada tahun 2015 penjualan mengalami penurunan yang cukup tajam dengan total penjualan hanya mencapai Rp 1.494.000.000,- jauh dari target yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang, selain faktor musim dan selera konsumen, salah satu faktor penyebab menurunnya penjualan adalah media periklanan. Dimana usaha ini tidak menggunakan media periklanan seperti tahun sebelumnya ditambah lagi produk pesaing sendiri lebih diminati oleh para konsumen karna tempat yang lebih nyaman ditambah interior yang menarik.

Oleh karena itu untuk mencegah terjadinya penurunan penjualan secara terus menerus maka Usaha Bakso & Mie ayam Mulyono perlu melakukan pengembangan produk sesuai dengan selera konsumen. Serta meningkatkan volume penjualan agar tidak terjadi penurunan atau gulung tikar dikarenakan tidak sesuai minat pelanggan, apabila sistem penjualan yang dilakukan itu dengan baik maka volume penjualan itu sendiri akan meningkat sesuai dengan jumlah yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Usaha-Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Didalam suatu usaha, baik usaha besar maupun kecil tidak terlepas dari masalah, dimana besar atau kecilnya masalah tersebut tergantung dengan situasi dan kondisi usaha itu sendiri. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, penulis dapat merumuskan permasalahan yaitu

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada usaha Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang?
2. Bagaimana usaha-usaha yang dapat dilakukan oleh Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang untuk meningkatkan volume penjualan?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar tidak terjadi penyimpangan dalam membahas permasalahan yang ada, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan penelitian yaitu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada usaha Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang. Serta bagaimana usaha-usaha yang dapat dilakukan oleh Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang untuk dapat meningkatkan volume penjualan.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada usaha Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang.
2. Untuk mengetahui bagaimana usaha-usaha yang dapat dilakukan oleh Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang untuk meningkatkan volume penjualan.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui faktor-faktor yang terjadi pada usaha Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang
2. Dapat mengetahui usaha-usaha yang dapat dilakukan oleh Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang dalam meningkatkan volume penjualan serta bisa mengetahui perbandingan antara teori dan lapangan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian dan agar tidak terjadi penyimpangan dalam membahas masalah yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian di Usaha Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang mengenai peningkatan volume penjualan pada usaha Bakso & Mie ayam tersebut.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan didalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

Menurut Yusi (2012:6) data menurut cara memperolehnya, dibagi ke dalam:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari obyeknya. Dalam hal ini penulis lakukan dengan mengolah data dari wawancara langsung kepada pemilik (*owner*) Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam pengumpulan data dan informasi untuk penulisan laporan akhir ini yaitu dengan cara:

1. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam riset pustaka ini, penulis akan mengambil data-data atau informasi-informasi yang ada kaitannya dengan masalah-masalah yang sedang dibahas sebagai landasan teori dalam menganalisa masalah yang ada melalui buku-buku, jurnal-jurnal dan literatur yang ada hubungannya dengan usaha tersebut.

2. Riset Lapangan (*Field Research*)

Dengan riset lapangan, penulis melakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan secara langsung dengan cara sebagai berikut:

- a. Wawancara

Menurut Yusi (2012:7) Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam hal ini penulis langsung menanyakan kepada pemilik dan karyawan Bakso & Mie ayam untuk

memperoleh keterangan yang diperlukan guna menunjang data observasi sehingga penulisan laporan ini menjadi lebih jelas.

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi penulis lakukan dengan mendokumentasikan gambaran yang diperlukan untuk membantu dalam pengumpulan data di usaha tersebut.

c. Observasi

Menurut Sustrisno dalam Sugiono (2008:203) Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

1.5.4 Analisis Data

Dalam penulisan laporan akhir ini penulis akan menganalisa data pada usaha Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang, maka penulis menggunakan metode kualitatif.

Menurut Yusi (2012:4) data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik (angka). Jadi biasanya pengumpulan data informasi melalui data kualitatif ini biasanya dengan menggunakan wawancara langsung kepada pihak yang akan diwawancarai oleh peneliti. Pada analisis ini akan digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan serta usaha-usaha yang dapat dilakukan oleh usaha Bakso & Mie ayam Mulyono Palembang.