

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Indonesia memiliki potensi perekonomian yang besar dalam perekonomian Indonesia terdapat beberapa sektor yang menunjang pendapatan Negara yaitu Sektor pertanian dan perternakan, Sektor pertambangan dan penggalian, Sektor manufaktur, dan Sektor perdagangan, hotel dan restoran, dari beberapa sektor tersebut penulis akan membahas lebih dalam mengenai Sektor perdagangan. untuk mempertahankan sektor perdagangan perusahaan harus memperhatikan siklus hidup perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai. maka, perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran. Bauran pemasaran atau *marketing mix* terdiri dari 4 (empat) variable, yaitu produk (*product*), Harga (*price*), Promosi (*promotion*), dan tempat (*distribusi*) atau biasa disebut 4P (Sumarni : 2002:246)

Kegiatan pemasaran tersebut dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan. dalam meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan harus menyeleksi pasar sasaran dan merancang bauran pemasaran harus seiring sejalan, maka banyak keputusan bauran pemasaran harus sudah dipertimbangkan dengan cermat. Perusahaan harus memasarkan produk dengan mengetahui produk apa saja yang diinginkan/ dibutuhkan konsumen di suatu wilayah tertentu agar tidak terjadi kerugian bagi suatu perusahaan. Jika pasar sasaran lebih mengutamakan harga maka perusahaan harus memberikan harga yang sesuai dengan pendapatan konsumen sarannya, banyaknya konsumen merupakan faktor penting untuk menentukan tipe pendekatan promosi apa yang paling efektif. Pemilihan tempat strategis mempengaruhi banyaknya konsumen. Lokasi memegang peranan yang penting dalam melakukan usaha. Karena berkaitan dengan dekatnya lokasi penjualan dengan pusat keramaian, mudah dijangkau (aksesibilitas), aman, dan tersedianya tempat parkir yang luas, pada umumnya lebih disukai konsumen. Lokasi yang

strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. (Alma dalam Andi (2013:16)

Bisnis fashion yang tak akan redup dari lingkaran perekonomian suatu negara karena akan terus mengikuti perkembangan dan trend dunia. Selain itu usaha fashion ini tidak hanya memenuhi kebutuhan sandang tetapi juga sangat digemari dan menjanjikan untuk dijadikan sebagai profesi. Bisnis ini mampu memberikan pertahanan ekonomi baik terhadap negara melalui pajak ataupun sebagai penghasilan yang stabil. Bisnis fashion harus lebih ekstra mengamati trend dunia. Persaingan yang ketat dan perubahan trend yang singkat menjadi pemicu untuk terus menjaga tingkat penjualan agar tetap stabil. Salah satu cara selain melakukan transaksi penjualan melalui pasar atau lokasi fisik, tidak sedikit pengusaha fashion melebarkan sayap usaha melalui dunia maya untuk meningkatkan laba.

Aktivitas utama para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba disebut sebagai pemasaran. Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan usaha adalah mencari laba semaksimal mungkin. Kegiatan pemasaran ini tidak lepas dari usaha-usaha untuk mengembangkan dan meningkatkan laba yang semaksimal mungkin. Agar tujuan perusahaan tercapai maka perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran. Secara umum kegiatan pemasaran atau *marketing mix* terdiri dari 4 (empat) variabel, yaitu produk (*product*), Harga (*price*), Promosi (*promotion*), dan tempat (*distribusi*) atau biasa disebut 4P (Sumarni;2002:246).

Salah satu dari pengusaha fashion yang kini melakukan aktivitas pemasaran yaitu Toko Soraya. Usaha Toko Soraya berdiri sejak tahun 2010 yang diawali dengan penjualan melalui dunia maya yaitu dengan menggunakan aplikasi intstagram dan kini telah mampu membuka 2 outlet di kota Palembang dalam jangka waktu 2 tahun. Peningkatan penjualan Toko Soraya disebabkan oleh berbagai faktor mulai dari produk, harga, promosi

dan penempatan toko yang dilakukan oleh soraya shop. Produk yang dijual Toko Soraya beragam mulai dari baju, celana, tas dan aksesoris. Harga yang ditawarkan oleh Toko Soraya pun terjangkau dan sangat pas untuk ukuran kantong mahasiswa dan Adapun daftar harga yang ditawarkan oleh Toko Soraya sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar Harga Produk pada Toko Soraya

No.	PRODUK	HARGA
1.	BAJU	Rp 50.000 sampai Rp 150.000
2.	CELANA	Rp 70.000 sampai Rp 120.000
3.	TAS	Rp 30.000 sampai Rp 250.000
4.	AKSESORIS	Rp 5.000 sampai Rp 50.000

Sumber: Toko Soraya, 2017

Promosi yang dilakukan oleh Toko Soraya yaitu melalui instagram. Dan penerapan promosi yang dilakukan Toko Soraya cukup intensif hal ini terlihat dari banyaknya jumlah produk yang di upload Toko Soraya. Dalam satu hari Toko Soraya biasanya mengupload 10-15 produk. Selain itu, Toko Soraya berada di tempat yang strategis. Lokasi memegang peranan yang penting dalam melakukan usaha. Karena berkaitan dengan dekatnya lokasi penjualan dengan pusat keramaian, mudah dijangkau (aksesibilitas), aman, dan tersedianya tempat parkir yang luas, pada umumnya lebih disukai konsumen. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Alma (dalam Andi, 2013:16)

Maka dari itu, soraya mendirikan toko di jalan Merdeka dan jalan jendral ahmad yani. Tempat tersebut mudah dijangkau oleh transportasi umum maupun pribadi dan Toko Soraya dekat dengan Universitas, Sekolah, dan Perkantoran sehingga menjadikan sasaran pasar Toko soraya adalah siswa, mahasiswa, karyawan dan masyarakat umum lainnya.

Dari kegiatan pemasarannya dan strategi-strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Toko Soraya, maka Toko Soraya selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya dan berikut data volume pendapatan Toko Soraya pada 3 tahun terakhir:

Tabel 1.2

Volume Pendapatan Toko Soraya pada 3 Tahun Terakhir

No.	TAHUN	PENDAPATAN	KETERANGAN
1.	2014	Rp 150.000.000	Penjualan Online Shop
2.	2015	Rp 350.000.000	Dari 1 Toko
3.	2016	Rp 1.000.000.000	Dari 2 Toko

Sumber: Toko Soraya,2017

Berdasarkan Uraian diatas, kegiatan pemasaran maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *“Tinjauan Strategi Pemasaran Toko Soraya dalam Meningkatkan Volume Penjualan”*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Uraian latar belakang diatas, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa penelitian ini adalah sebagai berikut: **“Bagaimana strategi Produk, Harga, Promosi dan Tempat/distribusi yang sebaiknya dilakukan dalam meningkatkan Volume Penjualan Soyara Shop”**

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan laporan akhir ini dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari perumusan masalah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu mengenai strategi pemasaran pada produk, harga, promosi dan saluran distribusi yang dilakukan oleh Toko Soraya dalam meningkatkan volume penjualan.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah ingin mengetahui strategi pemasaran toko soraya shop untuk meningkatkan volume penjualan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penulisan laporan akhir ini adalah, sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang ilmu pengeahuan Manajemen Pemasaran, khususnya dalam strategi Bauran Pemasaran yang meningkatkan volume pejualan Toko soraya

2. Bagi Toko Soraya

Penelitian ini diharapkan bisa meberikan masukan kepada Toko Soraya agar dapat lebih meningkatkan volume penjualannya

1.5 METODELOGI PENELITIAN

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam laporan akhir ini penulis melakukan penelitian pada Toko Soraya milik Ibu Soraya Paramitha yang beralamatkan di jalan Jendral Ahmad Yani. Yang menjual produk berupa fashion wanita. Data yang dipakai dalam penelitian yaitu hasil wawancara dengan pemilik Toko Soraya.

1.5.2 Jenis dan Sumber data

Jenis data yang penulis gunakan dalam menulis laporan akhir ini, adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data Primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya (Yusi, Idris:2016:109). Data primer yang penulis peroleh dari Toko Soraya

adalah melalui wawancara secara langsung dengan pemilik Toko serta dokumentasi seperti foto-foto produk yang dijual di Toko tersebut.

2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Dalam laporan ini penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Toko Soraya seperti struktur organisasi, sejarah toko, uraian tugas karyawan, dan informasi-informasi lainnya yang mendukung penyelesaian laporan ini dan data sekunder dalam penelitian ini juga penulis peroleh dari study kepustakaan.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan

Laporan Akhir ini menggunakan beberapa Metode, yaitu:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Menurut Nazir (2003:174) Penelitian lapangan dimaksudkan untuk mendapatkan data primer yang dilakukan dengan cara melihat langsung objek atau aktivitas yang sebenarnya.

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan penelitian dan peninjauan secara langsung kelapangan atau organisasi atau perusahaan untuk mendapatkan data yang lengkap.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode:

a. Wawancara (Interview)

Wawancara (Interview) adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. (Yusi, Idris: 2016:114) Dalam hal ini penulis melakukan wawancara kepada pemilik toko soraya yaitu soraya paramita dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan

penelitian sehingga memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk penulisan laporan akhir.

2. Dokumentasi

Sugiyono (2012:240), Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Penulis memperoleh data dokumentasi dengan menggunakan kamera handphone untuk mendapatkan data-data Toko Soraya berupa foto-foto produk yang dijual di Toko Soraya.

3. Study Kepustakaan (Library research)

Disini penulis melakukan riset kepustakaan dengan cara mengumpulkan data berupa teori-teori yang relevan dengan penambahan permasalahan sehingga diperoleh pengetahuan secara teoritis mengenai masalah yang akan dibahas. Landasan teori tersebut diperoleh dengan membaca literature, artikel-artikel, majalah-majalah, dan sumber ilmu pengetahuan lainnya.

1.5.4 Metode Analisis

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis mengumpulkan data melalui wawancara, dokumentasi, dan study pustaka kemudian data yang diperoleh diolah dan digolongkan berdasarkan kebutuhannya. Selanjutnya data dianalisis dalam bentuk uraian penjelasan menggunakan metode kualitatif.

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik (Yusi dan idris 2016:108). Jadi, teknik analisa kualitatif digunakan untuk menguraikan dan menjelaskan tentang tinjauan bauran pemasaran berupa Produk, Harga, Promosi, Tempat/Distribusi pada Toko Soraya.