

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Setiap manusia tentunya tidak terlepas dari kebutuhan dan kebutuhan ini harus dipenuhi baik berupa kebutuhan sandang, pangan dan papan. Semua kebutuhan ini diperoleh salah satunya melalui kegiatan pemasaran. Menurut (Swastha dan Irawan, 2009:5) pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba.

Dalam dunia bisnis perubahan lingkungan serta persaingan usaha semakin ketat sedangkan untuk mempertahankan kelangsungan hidup usaha, untuk berkembang dan mendapatkan laba, dapat ditunjang perusahaan salah satunya dengan melakukan penjualan. Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan. Perusahaan dituntut untuk mampu menjual produknya kepada konsumen sesuai dengan target penjualan. Untuk itu perlu pelaku bisnis perlu adanya usaha-usaha agar bisnis yang dijalankannya tersebut berhasil. Jika tidak mempunyai usaha-usaha maka perusahaan tersebut akan kalah dalam persaingan bisnis, menurunnya volume penjualan, mengalami kegagalan berbisnis, pelanggan beralih ke perusahaan lain dan tersingkir dari dunia bisnis.

Toko Rizal Jempol adalah toko grosir yang menjual pakaian jadi, berkedudukan di Pasar 16 Ilir Palembang dan memproduksi pakaian sekolah dengan merk Rizal Jempol. Produk yang dijual antara lain: pakaian sekolah, kaos, kemeja, jeans, jaket, topi, dasi, serta celana olahraga. Berikut ini adalah data penjualan pada Toko Rizal Jempol dalam 5 tahun terakhir.

Data ini berdasarkan hasil penjualan Toko Rizal Jempol 5 tahun terakhir, pada tahun 2013 penjualan mencapai Rp 1.964.710.000.- yaitu lebih dari yang ditargetkan di tahun tersebut. Pada tahun selanjutnya yaitu tahun 2014 penjualan mencapai Rp 2.251.320.000.- mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2015 mengalami peningkatan penjualan yang luar biasa dan cukup drastis dengan total penjualan mencapai Rp 2.695.760.000.-. Kemudian pada tahun 2016 mencapai Rp3.000.340.000.- mengalami

peningkatan yang cukup besar dari tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2017 penjualan pada Toko Rizal Jempol mengalami penurunan yang tajam dari tahun sebelumnya yakni hanya berkisar Rp 2.508.636.000.- jauh dari target yang diharapkan, akan tetapi perusahaan dituntut untuk mampu menjual produknya kepada konsumen sesuai dengan target penjualan untuk mencapai laba yang diinginkan demi kelangsungan hidup usahanya.

Dapat dilihat bahwa volume penjualan Toko Rizal Jempol mengalami penurunan di tahun (2017). Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Toko Rizal Jempol dan melalui observasi yang dilakukan bahwa, penyebab menurunnya volume penjualan diduga karena persaingan usaha, faktor musim, marketing kurang efektif karena promosi yang dilakukan oleh Toko Rizal Jempol hanya melalui kartu nama, penggunaan papan reklame dan dari mulut ke mulut. Padahal zaman terus berkembang dan perubahan pun terus terjadi, sebaiknya Toko Rizal Jempol dapat menggunakan banyak media dan sarana yang tersedia untuk mempromosikan usaha seperti media sosial dan aplikasi online lainnya. Sedangkan pesaing Toko Rizal Jempol, pesaing menggunakan media sosial dalam menyebarkan informasi produknya sehingga lebih cepat dikenal masyarakat.

Oleh sebab itu untuk mencegah terjadinya menurunnya penjualan terus menerus Toko Rizal Jempol harus melakukan tindakan atau usaha-usaha untuk meningkatkan volume penjualannya dan mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi volume penjualannya.

Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang usaha-usaha yang dilakukan Toko Rizal Jempol dalam meningkatkan volume penjualan dengan pendekatan 4P serta faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan Toko Rizal Jempol.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Toko Rizal Jempol tentang “ **Usaha-Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Pendekatan 4 P Pada Toko Rizal Jempol Pasar 16 Ilir Palembang**” guna menyelesaikan laporan akhir ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, rumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian ini adalah:

Bagaimana “Usaha-usaha meningkatkan volume penjualan dengan pendekatan 4 P yang dilakukan pada toko Rizal Jempol Pasar 16 Ilir Palembang?”

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Penulis akan membatasi ruang lingkup pembahasan agar tidak terlalu luas dan tidak terjadi penyimpangan dalam membahas permasalahan yang ada yaitu usaha-usaha meningkatkan volume penjualan dengan pendekatan 4 P yang dilakukan oleh Toko Rizal Jempol pasar 16 Ilir lorong Ogan Palembang.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana usaha-usaha meningkatkan volume penjualan dengan pendekatan 4 P pada toko Rizal Jempol pasar 16 Ilir Palembang.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini antara lain:

a. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai usaha-usaha meningkatkan volume penjualan yang dilakukan oleh Toko Rizal Jempol Palembang

b. Bagi Usaha Toko Rizal Jempol

Diharapkan dapat memberi masukan bagi Toko Rizal Jempol mengenai usaha yang telah dilakukan oleh Toko Rizal Jempol

c. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca dan juga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca

### **1.5 METODELOGI PENELITIAN**

#### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penelitian laporan akhir ini, penulis mengambil objek penelitian pada Toko Pakaian Rizal Jempol Pasar 16 Ilir Lorong Ogan Palembang dan yang menjadi

objek penelitiannya adalah volume penjualan Toko Rizal Jempol. Penulis membatasi ruang lingkup penelitian yaitu bagaimana usaha yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan dan faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualannya

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini yaitu:

#### **1. Data Primer**

Menurut Sudaryono (2017:65) Data Primer merupakan data yang diperoleh dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survey lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu. Dalam hal ini data yang diperoleh langsung oleh penulis melalui wawancara dengan Bapak Rizal (Pemilik Toko Rizal Jempol).

#### **2. Data Sekunder**

Menurut Sudaryono (2017:65) Data Sekunder biasanya data yang telah diolah lebih lanjut, dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan disajikan baik oleh pihak lain kepada masyarakat pengguna data./ Semua data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti, studi pustaka dan data yang telah diolah dari Toko Rizal Jempol.

Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk proses lebih lanjut, seperti sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan lain-lain.

### **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

Dalam memperoleh data maka penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

#### **1. Riset Lapangan**

Dalam metode ini penulis langsung ke tempat lokasi dalam hal ini yaitu Toko Rizal Jempol Palembang. Riset ini dilakukan yaitu dengan

##### **a. Wawancara**

Menurut Sugiono (2015:384) wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Penulis melakukan wawancara langsung dengan Bapak Rizal pemilik usaha tentang data-data yang diperlukan

#### **2. Riset Kepustakaan**

Penulis mencari data yang diperlukan dengan cara mempelajari serta membaca referensi-referensi dari buku, browsing di internet dan artikel-artikel untuk melengkapi Laporan Akhir ini.

#### **1.5.4 Analisa Data**

##### **1. Analisis Kualitatif**

Menurut Yusi (2016:4) data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Adapun metode yang digunakan penulis untuk penulisan Laporan Akhir ini yaitu dengan menggunakan wawancara langsung kepada pihak yang akan diwawancarai oleh peneliti adalah pemilik toko yang berupa serangkaian informasi yang dapat digali berupa keterangan yaitu untuk mengetahui usaha-usaha meningkatkan volume penjualan dengan pendekatan 4 p yang dilakukan oleh toko Rizal Jempol pasar 16 Ilir Palembang.