

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era digitalisasi industri 4.0 ini tingkat persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat menuntut setiap pemasaran untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasaran dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Sedangkan penjualan merupakan kegiatan dari pemasaran yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran terhadap suatu produk dari produsen kepada konsumen.

Semua kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang optimal agar usaha tersebut dapat berkelanjutan maka dari itu pentingnya menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan karena strategi sangat penting untuk memasarkan produk, segmentasi pasar, sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat.

Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka sebuah perusahaan atau organisasi tersebut harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi dan perlu adanya cara untuk memajukan penjualan melalui periklanan, peragaan, penggunaan promosi secara luas guna mempengaruhi publik.

Menurut Tjiptono (2017:228), strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan sebuah produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi dan sebagai tanggapan perusahaan maupun organisasi dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang ketat.

Lefkos Store merupakan sebuah toko yang bergerak di bidang perdagangan, berdiri sejak tahun 2016 di pimpin oleh Bapak Okta Ermaula. Lefkos Store Palembang ini menjual produk baju, cincin dan brand beguyurbae. Toko tersebut telah menerapkan strategi pemasaran dengan menjual produknya melalui instagram, shopee, facebook dan tokopedia. Lefkos Store ini telah melakukan berbagai bentuk pemasaran, yang tak lain bertujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan, pemasaran yang telah dilakukan yaitu melalui media sosial seperti shopee, instagram, facebook, dan tokopedia dengan memfasilitaskan gratis ongkos kirim khusus provinsi sumatera selatan.

Menurut Assauri (2015:168), strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Dalam menghadapi fakta yang terjadi menunjukkan bahwa lefkos store palembang telah berupaya membuat strategi pemasaran yang menarik bertujuan untuk menarik minat pembeli dan sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan yang dapat meningkatkan jumlah pendapatan laba. Namun pada kenyataannya bentuk pemasaran dilakukan belum berhasil mencapai target dalam strategi pemasarannya. Artinya strategi pemasaran yang diterapkan lefkos store palembang kurang optimal yang mengakibatkan nilai penjualan tidak mencapai target yang telah ditetapkan oleh toko yaitu Rp 50.000.000 per tahun, dan target penjualan dari tahun 2016-2020 mengalami naik turun namun pada tahun 2019 realisasi penjualan meningkat tapi tidak mencapai target.

Berdasarkan tinjauan yang telah dilakukan, penulis mewawancarai owner Lefkos Store Palembang untuk mengetahui strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh toko. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Lefkos Store Palembang terdiri dari 3 komponen yaitu *segmentasi*, *targeting*, *positioning*, penerapan strategi yang digunakan belum terbentuk secara optimal yaitu strategi pemasaran dalam segmentasi yang belum terbentuk secara spesifik sehingga nilai penjualan tidak mencapai target. Penjualan yang dilakukan oleh Lefkos Store Palembang

menggunakan media sosial seperti instagram, web, facebook, shopee, tokopedia, dan dari mulut kemulut.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk membahas dan mengambil judul **“Tinjauan Kegiatan Pemasaran dalam Meningkatkan Omset Penjualan pada Lefkos Store Palembang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam meningkatkan omset penjualan ?
2. Apa saja faktor-faktor yang menjadi penghambat saat melakukan pemasaran?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Penelitian ini dilakukan pada Lefkos Store Palembang, Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan dalam laporan mengenai.

1. Strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan penjualan pada lefkos Store Palembang.
2. Faktor-faktor yang menjadi penghambat saat melakukan pemasaran pada Lefkos Store Palembang.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1.4.1 Tujuan Penulisan**

1. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Lefkos Store Palembang.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi penghambat saat melakukan pemasaran pada Lefkos Store Palembang.

### **1.4.2 Manfaat Penulisan**

1. Manfaat bagi penulis  
Untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan penulis dan sebagai sarana melatih berfikir ilmiah pada bidang pemasaran dan

menambah wawasan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan.

2. Manfaat bagi perusahaan

Dapat dijadikan sebagai saran dan masukan bagi manajemen perusahaan khususnya dibidang pemasaran untuk mengembangkan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan.

3. Manfaat bagi Akademik

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dan masukan bagi manajemen perusahaan khususnya dibidang pemasaran untuk mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Agar laporan ini lebih terarah serta tidak terjadi penyimpangan dalam pembahasan laporan akhir ini, maka penulis membatasi permasalahan yang tertuju pada yaitu Tinjauan Kegiatan Pemasaran dalam Meningkatkan Omset Penjualan pada Toko Lefkos Store Palembang.

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

#### **1.5.2.1 Jenis Data**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara langsung kepada pemilik toko lefkos store palembang untuk memperoleh dan mengumpulkan data dan menyusun secara sistematis mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Lefkos Store Palembang.

#### **1.5.2.2 Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang mengacu pada informasi yang didapat langsung melalui hasil pengamatan dan wawancara seperti datang langsung ketempat

penelitian untuk melakukan wawancara langsung dengan pemilik toko untuk mengetahui strategi apa yang digunakan pada Lefkos Store Palembang.

### **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.5.3.1 Wawancara**

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab untuk memperoleh informasi atau data. Menurut Yusi dan Idris (2016:114), Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden.

Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih detail mengenai Tinjauan Kegiatan Pemasaran dalam Meningkatkan Omset Penjualan pada Lefkos Store Palembang. Dengan cara tanya jawab langsung dengan pemilik toko yaitu Bapak Okta Maulana dengan memberikan pertanyaan yang mencakup tentang Tinjauan Kegiatan Pemasaran dalam Meningkatkan Omset Penjualan pada Lefkos Store Palembang.

#### **1.5.3.2 Studi Pustaka**

Metode ini dilakukan dengan mempelajari dari buku-buku melalui literatur atau referensi yang dijadikan sebagai bahan bacaan yang dapat membantu memecahkan permasalahan pada laporan akhir mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan. Serta media elektronik seperti internet dan lain-lainnya.

### **1.5.4 Analisis Data**

Adapun penelitian yang digunakan peneliti untuk menganalisis data yang diperoleh dari Lefkos Store Palembang menggunakan kualitatif. Menurut Yusi dan Idris (2016:5) Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Teknik kualitatif digunakan untuk menjelaskan data-data yang diperoleh dari penelitian dan menghubungkannya dengan teori-teori yang ada. Metode analisa yang dipakai adalah analisa deskriptif, analisa deskriptif yaitu menganalisa data dengan mendeskripsikan atau

menggambarkan data tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Lefkos Store.