

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini berjalan sangat pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan yang harus terpenuhi dalam setiap hari maka berbagai cara untuk mendapatkan penghasilan dilakukan. Disamping itu persaingan perusahaan sangat ketat menyebabkan para pengusaha harus dapat membuat terobosan terbaru. Tidak hanya satu atau dua perusahaan yang bersaing dalam mendapatkan konsumen, tetapi ratusan yang bersaing dalam memperebutkan hati para konsumen yang bertujuan pada *profit oriented* dalam memasarkan produk produknya. Perusahaan harus pintar dalam membuat strategi dalam menembus pangsa pasar agar tidak mengalami kemunduran. Adanya persaingan merupakan suatu tantangan yang perlu mendapat perhatian yang serius dari pimpinan perusahaan jika tidak ingin gagal dalam mengelola usahanya. Para pemilik usaha dituntut untuk memberikan solusi agar usahanya mencapai posisi bersaing dalam pasar. Guna menunjang pendapatan perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar, seorang pemilik usaha harus meningkatkan sisi promosi perusahaan agar dapat menarik minat beli konsumen.

Kegiatan promosi hasilnya tidak dapat diperoleh secara langsung atau dengan kata lain efeknya tidak langsung kelihatan, tetapi dibutuhkan waktu sebelum terjadi penjualan. Semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk promosi maka diharapkan dapat meningkatkan jumlah pembeli dan akhirnya meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu pelaksanaan kegiatan promosi

bagi kebanyakan perusahaan merupakan sebuah proses yang terus menerus. Agar kegiatan promosi dapat berjalan efektif dan efisien, perusahaan harus dapat menentukan bentuk promosi yang tepat guna menarik minat beli konsumen.

UD. Berkah Suar Mandiri adalah salah satu perusahaan yang beroperasi di Dusun Sumber Suko, Desa Sumber, Kecamatan Sanankulon, Kabupaten Blitar, yang memproduksi dan menjual *furniture*. Ada beberapa *furniture* yang di jual dan diproduksi oleh UD. Berkah Suar Mandiri antara lain kursi, lemari, meja tamu, tempat meja, makan dan lain sebagainya. Di Blitar tentu ada yang beberapa perusahaan yang memproduksi dan menjual *furniture*, dengan adanya perusahaan yang membuat produk yang sama maka UD. Berkah Suar Mandiri harus meningkatkan promosi untuk menarik minat beli konsumen.

Konsumen merupakan bagian yang penting dalam sebuah perusahaan. Karena konsumen merupakan *output* perusahaan berupa produk guna memenuhi kebutuhannya. Semakin meningkatnya kebutuhan dan permintaan konsumen dapat menjadi tolak ukur meningkatnya kesejahteraan masyarakat. Permintaan konsumen yang banyak adalah penyebab munculnya perusahaan baru dibidang yang sama, sehingga menimbulkan persaingan yang begitu ketat pada dunia bisnis sendiri. Perusahaan harus jeli dalam membentuk keputusan pembelian konsumen pada suatu produk. Salah satu persoalan yang cukup penting dalam dunia usaha adalah bagaimana aspek pemasaran yang baik sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Promosi dipandang sebagai komunikasi pembeli dan penjual merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran serta mengarahkan dan menyadarkan semua pihak

untuk berbuat lebih baik. Promosi yang tepat akan meningkatkan keputusan pembeli, dan minat konsumen. apabila tidak dilakukan kegiatan promosi maka konsumen tidak akan mengetahui adanya produk tersebut, jadi bagaimana konsumen akan tertarik untuk melihat, memilih, memakai produk tersebut. Untuk dapat meraih pangsa pasar para produsen harus memahami perilaku konsumen dalam hal memahami minat mereka. Pemahaman akan perilaku konsumen ini memungkinkan pemasar dapat memengaruhi minat konsumen sehingga mau membeli apa yang di tawarkan pemasar. Minat konsumen tumbuh karena suatu keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu produk, oleh karena itu perusahaan tidak menerapkan strategi promosi yang baik dapat menurunkan minat beli pada konsumen terhadap produk. Sementara itu, perusahaan harus mendapat konsumen untuk meningkat kepenjualannya perusahaan. Promosi yang baik dapat mengundang minat konsumen dan konsumen dapat mengambil keputusan membeli produk.

Setiap perusahaan akan selalu bersaing dalam merebut pangsa pasar, untuk itu UD. Berkah Suar Mandiri perlu mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan memakai produk yang di hasilkan oleh perusahaan. Salah satu upaya yang perlu dilakukan oleh UD. Berkah Suar Mandiri agar tidak kalah dalam menghadapi pangsa pasar dengan menerapkan strategi promosi yang tepat, strategi promosi yang tepat ini bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Kunci perusahaan adalah kemampuan berinteraksi secara dinamis terhadap lingkungan yang semakin kompleks dan berubah ubah. Adanya pesaing pangsa pasar yang membuat produk sejenis, maka UD. Berkah Suar Mandiri perlu

meningkatkan pemasaran yang lebih baik. Sistem pemasaran yang tertata dengan baik akan memberikan dampak pada meningkatnya volume penjualan.

Volume penjualan merupakan sebuah hasil total yang telah dicapai perusahaan dari penjualan produk atau barang yang dijual. Setiap perusahaan dari penjualan produk atau barang yang dijual. Setiap perusahaan melakukan kegiatan penjualan barang dengan cara memasarkan produknya. Kegiatan penjualan dilakukan bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan dan untuk memperoleh laba maksimum bagi perusahaan tersebut. Semakin besar total penjualan yang telah dicapai oleh perusahaan, maka semakin besar pula kemungkinan laba yang telah diperoleh oleh perusahaan. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan, maka dari itu dalam sebuah perusahaan mengevaluasi volume penjualan merupakan salah satu hal yang sangat penting dan harus dilakukan.

Kegiatan promosi dapat dilakukan tiap tahun dengan porsi yang berbeda disesuaikan dengan kebutuhan atau target penjualan yang hendak di capai. Dengan demikian dapat dilihat hasil dari penerapan strategi promosi yang baik dengan meningkatnya pendapatan yang diperoleh perusahaan karena minat konsumen untuk memilih produk dari perusahaan juga semakin bertambah sehingga banyak pula konsumen yang memutuskan untuk membeli produk tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis bermaksud melakukan penelitian ini dengan judul : ANALISIS PROMOSI DAN MINAT BELI GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS PADA UD. BERKAH SUAR MANDIRI BLITAR)

B. Permasalahan

UD. Berkah suar mandiri merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi mebel, semakin banyaknya perusahaan yang sama produksi mebel membuat perusahaan UD. Berkah Suar Mandiri juga mengalami situasi kurangnya konsumen untuk membeli produk perusahaan tersebut.

Tabel 2.1

Data Pembelian dalam Waktu Tahun 2015-2018

Tahun	Jumlah Konsumen/Pembeli
2015	28
2016	23
2017	19
2018	17

Sumber: UD. Berkah Suar Mandiri

Empat tahun berdasarkan laporan penjualan menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang dilakukan menurun berturut-turut dimana pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar Rp 600.000.000 pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar Rp.200.000.000. sedangkan untuk tahun 2018 mengalami penurunan sebesar Rp 900.000.000. hal ini disebabkan berkurangnya minat konsumen untuk membeli produk dari perusahaan tersebut.

Selain berkurangnya minat konsumen, perusahaan juga mengalami situasi dimana produknya kurang dikenal oleh masyarakat karena promosi yang

dilakukan masih minim seperti melalui website dan juga strategi pemasaran yang tradisional yaitu *word of mouth* yang menjadikan banyak masyarakat tidak mengetahui produk UD. Berkah Suar Mandiri dengan begitu maka perusahaan mengalami naik turunnya jumlah penjualan dari waktu ke waktu yang berakibat tidak menentunya pendapatan perusahaan bahkan hingga mengakibatkan turunnya jumlah penjualan perusahaan pada 4 tahun terakhir.

C. Rumusan Masalah

Dalam rangka pencapaian untuk memperoleh tujuan perusahaan dengan adanya permasalahan, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas adalah:

1. Bagaimana menganalisis promosi dan minat beli untuk meningkatkan volume penjualan?
2. Bagaimana menganalisis promosi untuk meningkatkan volume penjualan pada UD. Berkah Suar Mandiri Blitar?
3. Bagaimana menganalisis minat beli untuk meningkatkan volume penjualan pada UD. Berkah Suar Mandiri?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari peneliti ini adalah:

1. Untuk mengetahui analisis promosi dan minat beli untuk meningkatkan volume penjualan.
2. Untuk mengetahui analisis promosi untuk meningkatkan volume penjualan.
3. Untuk mengetahui analisis minat beli untuk meningkatkan volume penjualan.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis, diharapkan dapat lebih mengerti dan melakukan riset permasalahan secara teori yang diaplikasikan dalam dunia nyata.
2. Bagi UD. Berkah Suar Mandiri, sebagai bahan masukan yang mungkin bermanfaat dalam mengatasi masalah atribut produk dalam minat beli konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi guna melakukan penelitian lebih mendalam di masa yang akan datang.
4. Bagi STIEKEN Blitar, sebagai referensi untuk penelitian berikutnya agar mendapatkan informasi tentang promosi dan minat beli lebih mendalam.