

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dalam dunia bisnis semakin meningkat dan persaingan bisnis pun semakin ketat, hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan yang muncul dan berkembang dengan meningkatnya kegiatan ekonomi yang disebabkan oleh meningkatnya kebutuhan konsumen. Semakin banyak perusahaan yang muncul di bidang yang sama yaitu toko roti, menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan, oleh karena itu perusahaan harus mampu bersaing untuk menarik daya tarik konsumen dengan menerapkan strategi yang tepat dan baik seperti menciptakan produk yang berinovasi dan promosi yang lebih menarik untuk mencapai target perusahaan yaitu penjualan perusahaan dapat meningkat untuk mencapai laba yang diinginkan.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang dilakukan oleh para pebisnis untuk kelangsungan perkembangan dan perluasan usahanya. Pemasaran berada antara produsen dan konsumen, artinya pemasaran adalah alat penghubung antara produsen dan konsumen. Tanpa adanya kegiatan pemasaran yang efektif dalam menunjang keberhasilan perusahaan maka target laba yang ingin dicapai pasti sulit didapatkan, sehingga dapat dikatakan berhasil tidaknya perusahaan dalam mencapai

tujuan bisnis tergantung pada keahlian manajemen perusahaan dalam bidang pemasarannya.

Perusahaan dituntut untuk menerapkan strategi yang paling ampuh dalam bersaing dipasaran, sedangkan konsumen yang rasional akan memilih produk atau jasa yang terbaik bagi mereka yang ada dipasaran. Sehubungan penjelasan tersebut, maka fenomena-fenomena seperti inovasi produk, promosi tentu harus mendapat perhatian yang lebih baik dan serius agar perusahaan bisa bertahan dan berkembang dimasa mendatang.

Selalu berinovasi dalam produk yang ditawarkan akan membuat perusahaan mempunyai nilai lebih bagi konsumen, inovasi produk yang perlu dilakukan seperti pengembangan dari produk orisinal, peningkatan produk, modifikasi produk dan merek baru. Inovasi produk yaitu proses pengembangan produk dari produk yang sudah ada kemudian dikembangkan menjadi produk yang lebih menarik lagi. Inovasi produk juga merupakan faktor yang sangat mempengaruhi volume penjualan, inovasi harus mampu membuat produk berbeda dimata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk dari pesaing.

Promosi yang menarik juga dapat membujuk konsumen yang melihat agar tertarik dengan produk yang ditawarkan, selain itu konsumen juga akan lebih mengetahui tentang produk yang ditawarkan secara luas. Promosi yang perlu diperhatikan seperti periklanan (*Advertising*), Penjualan personal (*Personal Selling*), Promosi penjualan (*Sales*

promotion), Publisitas dan hubungan masyarakat (*Publicity and Public Relation*), dan Informasi dari mulut ke *mulut* (*Word of Mouth*). Promosi yaitu proses yang sangat penting dalam suatu usaha yang membujuk atau menarik minat konsumen untuk pembelian produk.

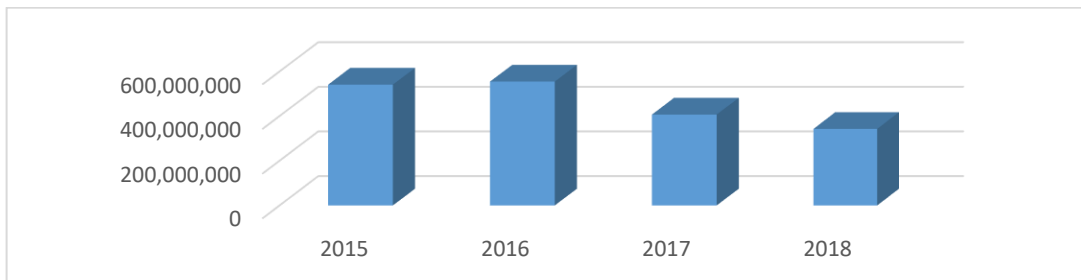
Volume penjualan yaitu jumlah atau hasil penjualan suatu usaha yang telah dicapai untuk mengetahui usaha tersebut mengalami kenaikan atau penurunan, hal yang perlu perhatian di dalam volume penjualan seperti pencapaian volume penjualan, mendapatkan laba, dan menunjang pertumbuhan perusahaan.

B. Permasalahan

Dalam 2 tahun terakhir Toko “Roti Ridho” Blitar mengalami penurunan penjualan atau pemesanan roti, dan yang paling parah terjadi pada 1 tahun terakhir ini, penurunan pembelian atau pemesanan di toko karena kurangnya berinovasi dalam tampilan produknya sehingga banyak konsumen yang beralih ke toko roti lain yang lebih dapat berinovasi terhadap produk sesuai keinginan konsumen dari tahun ke tahun dan sesuai *trend* saat itu, hal ini membuat keuntungan atau laba perusahaan mengalami penurunan sehingga laba yang diinginkan perusahaan tidak tercapai.

Berikut data penjualan Toko “Roti Ridho” dari tahun 2015-2018 :

Gambar 1.1 Data Penjualan Toko “Roti Ridho” Blitar



(Sumber : Toko “Roti Ridho” Blitar, 2018)

Tahun 2015 Toko “Roti Ridho” Blitar mendapatkan Rp. 540.910.000 dari hasil penjualan. Tahun 2016 mendapatkan Rp. 554.553.500 dari hasil penjualan. Tahun 2017 mendapatkan Rp. 406.624.500 dari hasil penjualan. Dan yang terakhir tahun 2018 mendapatkan Rp. 342.282.500 dari hasil penjualannya. Dilihat dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Toko “Roti Ridho” Blitar mengalami penurunan penjualan di 2 tahun terakhir.

Toko “Roti Ridho” Blitar adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner yaitu berbagai macam olahan roti dan kue. Tujuan dari Toko “Roti Ridho” Blitar adalah menjadi perusahaan roti yang berdaya saing tinggi dan mampu menjadi perusahaan roti yang selalu dapat memenuhi keinginan konsumen dari masa ke masa agar konsumen dapat memercayai Toko “Roti Ridho” Blitar sebagai toko roti yang tepat. Upaya yang dilakukan Toko “Roti Ridho” Blitar untuk memasarkan hasil

produksinya ke konsumen salah satunya yaitu dengan harga yang dapat bersaing di pasar dan kualitas yang tetap dijaga.

Dari latar belakang maka penulis tertarik mengambil beberapa variabel untuk diteliti, variabel tersebut yaitu inovasi produk, promosi dan volume penjualan. Variabel tersebut diambil karena menyesuaikan keadaan yang terjadi di Toko “Roti Ridho” Blitar. Maka dari itu penulis mengambil judul “ Peranan Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Toko “Roti Ridho”Blitar) “.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah di kemukakan pada latar belakang, maka rumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana inovasi produk dapat meningkatkan volume penjualan pada Toko “Roti Ridho” Blitar?
2. Bagaimana melalui promosi dapat meningkatkan volume penjualan pada Toko “Roti Ridho” Blitar?
3. Bagaimana inovasi produk dan promosi bersama-sama dapat meningkatkan volume penjualan pada Toko “Roti Ridho” Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah inovasi produk dapat meningkatkan volume penjualan pada Toko “Roti Ridho” Blitar.
2. Untuk mengetahui apakah melalui promosi dapat meningkatkan volume penjualan pada Toko “Roti Ridho” Blitar.

3. Untuk mengetahui apakah inovasi produk dan promosi bersama-sama dapat meningkatkan volume penjualan pada Toko “Roti Ridho” Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menerapkan pembelajaran Manajemen Pemasaran yang diperoleh selama diperkuliahan. Penelitian ini juga bisa pembelajaran apabila ingin diterapkan di dunia kerja.

2. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar

Sebagai tambahan informasi bacaan bagi seluruh kalangan mengenai ilmu Manajemen Pemasaran khususnya dibidang analisis inovasi produk, promosi dan volume penjualan.

3. Bagi Perusahaan Toko “Roti Ridho” Blitar

Penelitian ini di harapkan bisa menambah pengetahuan tentang konsep pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan dan sebagai alternatif masukan kepada pihak pengambil keputusan suatu kebijakan pada perusahaan Toko “Roti Ridho” Blitar.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi pihak lain penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian dengan masalah yang sama.