

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring pesatnya persaingan yang ada sekarang ini memicu bagi setiap perusahaan untuk terus mengoptimalkan sumber daya yang ada dalam perusahaan, khususnya dalam pengelolaan unit usaha. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai perusahaan yang menawarkan berbagai jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam penjualannya. Paradigma baru masyarakat terhadap konsep belanja sehari-hari lebih menunjukkan perubahan yang lebih moderen dan praktis dengan didukung oleh berbagai perubahan gaya hidup, hal ini berpengaruh terhadap gaya berbelanja masyarakat sebagai konsumen.

Sebuah perusahaan harus mampu menanggulangi masalah dengan menggunakan suatu strategi pemasaran yang baik dan tepat agar perusahaan tidak banyak kehilangan konsumennya yang dapat menurunkan penjualan produk, pendapatan perusahaan, dan hal demikian menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Dalam pemasaran dengan kondisi persaingan yang ketat pada saat ini, keputusan yang di ambil perusahaan yang paling sulit bagi suatu perusahaan ialah penentuan tarif atau harga produk yang dijual. Perusahaan harus pintar dan tepat dalam penentuan harga atau tarif yang mampu bersaing dengan perusahaan yang lainnya, dan sisi lain pihak perusahaan harus mempertimbangkan keuntungan yang layak didapat dalam penjualan produknya. Strategi pemasaran adalah cara yang paling tepat dalam upaya meningkatkan penjualan, caranya ialah dengan menetapkan harga, promosi serta saluran distribusi, terhadap barang dan jasa yang bisa memberikan

kepuasan kepada konsumen. Dari beberapa strategi pemasaran tersebut, promosi dan kebijakan harga dalam hal ini adalah pemberian potongan harga merupakan bagian yang penting serta berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan. Semakin banyaknya perusahaan dibidang furnitur mendorong lahirnya persaingan di dunia produksi dan pemasaran agar mampu bertahan. Setiap Perusahaan berusaha untuk menghadapi persaingan dan mampu menghasilkan keuntungan yang telah di targetkan yang menjadi tujuan utama oleh perusahaan.

Volume penjualan merupakan sebuah hasil total yang telah dicapai 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.

Suatu perusahaan memproduksi barang dengan kualitas yang baik, harga yang sesuai dan barang yang berkualitas, namun apabila produk tersebut tidak dipromosikan kepada konsumen maka produk tersebut tidak akan dikenal oleh masyarakat. Perusahaan perlu untuk menginformasikan barang yang akan dijual kepada konsumen, melalui promosi perusahaan mampu memperkenalkan produk yang di produksi kepada konsumen dengan

pemberian informasi melalui promosi dapat menarik perhatian pembeli serta dapat menjangkau pasar yang diharapkan. Melalui promosi perusahaan dapat memperkenalkan hasil produknya dan menempatkan produk tersebut di pasaran secara tepat. Promosi yang tepat sangat diperlukan dalam suatu perusahaan untuk mempertahankan dan membangun kesan baik serta kesetiaan konsumen akan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan. Disamping itu promosi juga memegang peran penting baik bagi perusahaan maupun konsumen karena tidak hanya mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, tetapi juga dapat memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan pada perusahaan. Namun demikian, kegiatan promosi yang baik harus sejalan dan sesuai dengan program pemasaran perusahaan secara keseluruhan, salah satunya penentuan pemberian potongan harga pada konsumen.

Salah satu bidang bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah mebel Bima Karya yang terletak di Kabupaten Blitar. Dengan adanya persaingan diantara Perusahaan seperti pada saat ini, perusahaan dituntut untuk menerapkan konsep pemasaran yang jelas yang sesuai dengan kondisi segmen pasar yang menjadi fokusnya agar dapat berkompetisi dengan perusahaan-perusahaan sejenisnya di bidang furniture. Dengan promosi diharapkan produk yang telah di produksi oleh perusahaan lebih dikenal oleh konsumen. Promosi dapat menambah serta mempengaruhi konsumen terhadap suatu barang yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Kegiatan ini ialah untuk mendorong dan mengarahkan kepada konsumen untuk membeli,

sehingga ketika konsumen membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan maka penjualan akan meningkat sesuai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan, selain itu pula pemberian potongan harga kepada konsumen dapat menambah nilai daya tarik konsumen untuk membeli barang yang sesuai dengan kebutuhannya, bahkan dapat mempertahankan minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan adanya promosi dan kebijakan harga dalam hal ini adalah potongan harga yang diberikan oleh perusahaan diharapkan penjualan akan dapat meningkat sesuai dengan tujuan perusahaan.

Dari beberapa strategi pemasaran seperti promosi dan kebijakan harga dalam hal ini adalah pemberian potongan harga merupakan bagian yang penting serta menambah serta mempengaruhi konsumen terhadap nilai pada barang atau yang sedang diedarkan dipasaran. Kegiatan ini mendorong dan mengarahkan konsumen untuk membeli, sehingga penjualan akan meningkat sesuai tujuan yang di harapkan, selain itu pula pemberian potongan harga kepada pelanggan maupun pada saat pembelian dalam sala yang lebih besar sedikit banyak akan dapat aan menambah bahkan mempertahankan minat konsumenuntu melakukan pembelian produk yang akan ditawarkan oleh perusahaan.

Agar promosi dan potongan harga dapat di lakukan secara efektif, maka sebelum melakukan program tersebut hendaknya pihak manajemen perusahaan melakukan sebuah perencanaan yang baik dan tepat, dengan memperhatikan segala faktor yang berkaitan dengan promosi dan kebijakan harga sehingga apa yang di rencanakan dapat di aplikasikan dengan baik. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan penelitian dengan judul

“PENENTUAN PROMOSI DAN POTONGAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN STUDI PADA MEBEL BIMA KARYA BLITAR”

A. Permasalahan

Mebel Bima Karya Tlogo Kanigoro Blitar adalah perusahaan yang bergerak di bidang furniture, semakin pesatnya persaingan pada perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang mebel dan berkembangnya strategi yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan, maka hal itu perlu mendapatkan perhatian serius bagi Perusahaan Mebel Bima Karya Tlogo Kanigoro Blitar.

Dua tahun dari hasil laporan penjualan menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh naik turun pada tahun 2014 pendapatan pada bulan pertama mencapai Rp. 44.302.000,- dibulan kedua pendapatan meningkat diangka Rp. 48.986.000,- namun pada saat bulan November penjualan menurun sangat signifikan yaitu diangka Rp. 37.748.000,- diawal tahun 2015 tepatnya pada bulan Februari sampai dengan September penjualan sangat meningkat rata-rata pendapatannya mencapai Rp. 50.000.000,- namun pada akhir tahun penjualan menurun, pendapatan hanya mencapai Rp. 44.302.000,- hal ini disebabkan karena kurangnya pihak perusahaan untuk melakukan kegiatan peromosi seperti yang disampaikan oleh Ibu Neni Citrawati sebagai pemilik Mebel Bima Karya.

Banyaknya perusahaan yang berdiri di bidang *furniture* membuat Mebel Bima Karya untuk membuat strategi yang tepat agar dapat memenangkan persaingan penjualan produk di bidang furniture. Untuk meningkatkan penjualan maka perlu dilakukan strategi pemasaran yang tepat

di antaranya ialah promosi dan pemberian potongan harga atau lebih sering disebut dengan diskon.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan permasalahan diatas maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana perusahaan dapat meningkatkan penjualan produk pada Mebel Bima Karya melalui promosi dan potongan harga (diskon)?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui sejauh mana promosi dan potongan harga (diskon) dapat meningkatkan penjualan pada Mebel Bima Karya.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis khususnya mengenai konsep manajemen pemasaran dan penerapannya pada Mebel Bima Karya.

2. Bagi Perusahaan Mebel Bima Karya

Dari hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan mengenai konsep manajemen pemasaran yang benar.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi dalam penelitian berikutnya, khususnya yang berhubungan dengan manajemen pemasaran.