

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan dalam dunia usaha saat ini semakin ketat, yaitu ditandai dengan semakin banyaknya produk - produk baru yang terus bermunculan di pasaran, begitupun dengan produk beras, ada beberapa merk beras yang dijual di pasaran seperti beras Anak Raja, beras Ikan Paus, beras Idola, beras Cantik Manis, dll. Berbagai merk beras tersebut hadir di pasaran dengan harga, promosi dan saluran distribusi yang baik. Setiap perusahaan harus berusaha menemukan keunggulan produk mereka sehingga mampu menarik minat pasar. Perusahaan juga dituntut menerapkan konsep pemasaran yang jelas dan sesuai dengan kondisi segmen pasar agar tetap berkompetensi dengan perusahaan - perusahaan lain, dan juga mampu menjaga posisi dalam kompetitif perusahaannya. Konsep pemasaran yang ada saat ini sudah modern, kebutuhan pasar dapat dibedakan, dan kita harus dapat mengambil keputusan dimana dan kemana produk kita dipasarkan dan berkembang.

Saat ini, Sudah banyak perusahaan yang bergerak dibidang jasa penggilingan gabah kering, seperti yang juga ada di Sutojayan, banyak UD yang bergerak dalam jasa penggilingan beras, hal ini mendorong lahirnya persaingan didunia produksi dan pemasaran. Setiap perusahaan berusaha untuk menghadapi pesaing dan menghasilkan keuntungan yang telah menjadi target perusahaan. Semakin baiknya strategi pemasaran dalam perusahaan

akan bisa meningkatkan perkembangan dan pertumbuhan dalam suatu perusahaan.

Melalui pemasaran, perusahaan dapat memperkenalkan hasil produknya dan menetapkan produk tersebut di pasaran secara tepat agar dapat menarik minat konsumen sehingga konsumen dapat mengetahui adanya suatu barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya. Pemasaran yang tepat dan baik diperlukan dalam suatu perusahaan untuk mempertahankan dan membangun kesetiaan (*loyalitas*) konsumen akan produk yang dihasilkannya. Disamping itu, promosi juga memegang peranan penting baik bagi perusahaan maupun konsumen karena tidak hanya dapat mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, tetapi juga dapat memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang ditawarkan yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan.

Setiap perusahaan melakukan kegiatan penjualan barang dengan cara memasarkan produknya, kegiatan penjualan dilakukan dengan tujuan untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan untuk dapat memperoleh laba maksimum bagi perusahaan tersebut. Semakin besar total penjualan yang dicapai oleh perusahaan, semakin besar laba yang akan diperoleh oleh perusahaan. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan, maka dari itu perlu dalam sebuah perusahaan mengevaluasi volume penjualan karena merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan.

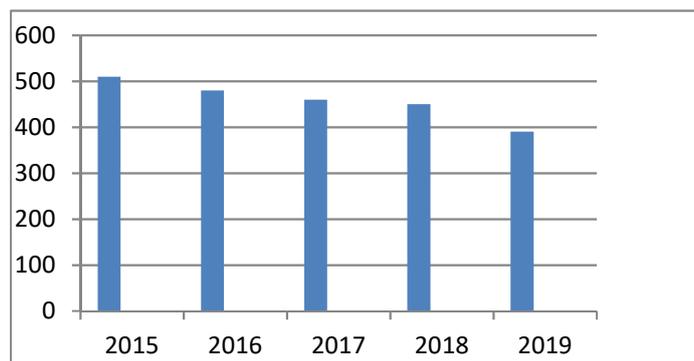
UD. Berkah Tani adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang penggilingan gabah yang beralamat di Jalan Nyiur Bacem Ludoyo. UD. Berkah Tani ini melayani penggilingan gabah dan juga melayani penjualan beras. Dengan adanya persaingan diantara perusahaan seperti saat ini, perusahaan dituntut untuk menerapkan konsep pemasaran yang jelas dan sesuai dengan kondisi pasar yang menjadi fokusnya agar bisa berkompetensi dengan perusahaan- perusahaan lainnya. Dalam memasarkan sebuah produk, diperlukan adanya promosi yang baik. Dengan promosi yang baik maka diharapkan produk perusahaan dapat lebih dikenal dan konsumen maupun pelanggan mau membeli lebih banyak produk perusahaan. Oleh karena itu hampir dapat dipastikan berbagai usaha dilakukan oleh setiap perusahaan dalam mengarahkan kebijakannya, termasuk pada strategi promosi, agar perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dan perusahaan dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Peneliti menggunakan indikator dari bauran promosi untuk meningkatkan volume penjualan, oleh karena itu judul yang digunakan peneliti adalah **“PENGARUH STRATEGI BAURAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. BEKAH TANI”**.

## **B. Permasalahan**

Menurut info yang penulis dapat dari UD. Berkah Tani Permasalahan yang terjadi saat ini yaitu menurunnya penjualan beras pada 3 tahun terakhir diakibatkan karena kurang tepatnya strategi promosi yang digunakan, saat ini, UD. Berkah Tani masih menggunakan promosi secara langsung dengan calon

pembeli (*Personal Selling*), sehingga UD. Berkah Tani kurang di kenal di masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan UD. Berkah tani belum bisa mencapai target volume penjualan

Berikut adalah data penjualan beras per tahun ( Dalam hitungan Ton ) :



**Data Penjualan Beras UD. Berkah Tani 2015-2019**

Penjualan beras menurun tahun 2015 terjual sebanyak 510 Ton, Menjadi 490 Ton di tahun 2016, menurun lagi di tahun 2017, terjual sebanyak 472 Ton, di tahun 2018 terjual 410 Ton, dan di tahun 2019 menurun lagi sebanyak 29 Ton, sehingga hanya terjual sebesar 381 Ton. Dengan adanya Strategi Bauran promosi yaitu Penjualan pribadi, Periklanan, Promosi Penjualan, Pemasaran langsung dan hubungan masyarakat, diharapkan UD. Berkah Tani dapat menemukan Strategi promosi yang tepat agar nantinya dapat meningkatkan volume penjualan.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh dari Strategi bauran promosi terhadap peningkatan volume penjualan pada UD. Berkah Tani dengan promosi yang selama ini diterapkan?
2. Strategi Bauran Promosi mana yang paling dominan terhadap peningkatan volume penjualan pada UD. Berah Tani?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari Strategi bauran promosi terhadap peningkatan volume penjualan pada UD. Berkah Tani dengan promosi yang selama ini diterapkan
2. Untuk mengetahui Bauran Promosi mana yang paling dominan terhadap peningkatan volume penjualan pada UD. Berah Tani

#### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Penulis

Hasil Penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis terhadap aplikasi langsung di masyarakat atas pengetahuan teori yang di dapat selama di bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan UD. Berkah Tani

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi pihak manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi pihak lain penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan referensi untuk penyelesaian kasus yang sama.