

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin pesat, keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antar perusahaan, sehingga membuat perusahaan lebih memperhatikan lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal adalah hal-hal atau pihak yang terkait langsung dengan kegiatan sehari-hari perusahaan atau yang mempengaruhi langsung terhadap setiap program dan kebijakan perusahaan. Sedangkan lingkungan eksternal adalah faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat berupa tekanan umum ataupun faktor spesifik yang beroperasi dalam lingkungan kerja yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan. Untuk memenangkan pangsa pasar perusahaan dituntut semakin kreatif dalam persaingan yang semakin meningkat.

Strategi pemasaran yang di terapkan harus sesuai dengan sistem manajemen perusahaan, supaya penjualan tidak mengalami penurunan. Persaingan dan perubahan gaya berbisnis tidak pernah lepas dari peran pemasaran itu sendiri. Strategi pemasaran pada era modern saat ini menjadi hal yang sangat mempengaruhi terhadap peningkatan kapasitas perusahaan pada umumnya dan penjualan pada khususnya. Keberlangsungan sebuah perusahaan bergantung dengan bagaimana penerapan strategi pemasaran yang baik, dimana pada saat ini banyak sekali perusahaan-perusahaan yang

memakai berbagai siasat guna merebut minat pembeli seperti dengan cara mereka membandrol harga yang lebih murah, penjualan secara kredit, penjualan secara grosir, atau mengembangkan media pemasaran dengan pembagian brosur, masuk ke dalam pasar untuk menawarkan produk, dengan adanya kegiatan seperti ini diharapkan perusahaan lebih bijak dan sensitif dalam bertindak agar tidak terjadi penurunan penjualan.

Strategi pemasaran telah menjadi sebuah keunggulan untuk dapat menghasilkan penjualan yang di targetkan oleh sebuah perusahaan dan menghasilkan laba yang diharapkan. Strategi pemasaran sangat mempengaruhi hasil penjualan dan laba yang didapatkan perusahaan, maka guna memenuhi hal tersebut sangat diperlukan sebuah strategi pemasaran yang tepat pada perusahaan. Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang diperlukan agar kelangsungan perusahaan tetap berkembang dan maju. Pemasaran juga merupakan faktor penting guna memenuhi sebuah kebutuhan. Pemasaran bukan hanya melakukan sebuah aktifitas penjualan namun mencakup beberapa hal antara lain mengidentifikasi kepuasan para pembeli, menentukan harga produk secara tepat, kemudian merencanakan sistem promosi dan penjualan dari produk tersebut. Jadi pemasaran adalah kegiatan yang berhubungan secara langsung dalam proses menghasilkan laba maupun meningkatkan pendapatan laba terhadap suatu perusahaan.

UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar adalah salah satu perusahaan yang beroperasi di Kota Blitar dengan spesialis kayu lebar tanpa sambung yang bergerak dalam bidang *furniture* yang sangat berkontribusi dalam memenuhi

kebutuhan konsumen dalam bidang perabotan rumah tangga, *furniture* sendiri merupakan salah satu kebutuhan yang banyak diminati di berbagai kalangan masyarakat, maka tidak heran jika permintaan pembeli yang beraneka ragam semakin meningkat dari tahun ke tahun. Semakin meningkatnya permintaan pasar maka strategi pemasaran yang di terapkan harus sesuai dengan yang ada pada sistem manajemen perusahaan agar nantinya dapat bersaing dengan perusahaan lain yang juga memproduksi *furniture*.

Di Kota Blitar tentunya ada beberapa perusahaan yang juga menjual *furniture*, dengan adanya perusahaan yang membuat produk yang sama maka UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar harus dapat bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan yang memproduksi produk yang serupa seperti ini merupakan sebuah ancaman bagi keberlangsungan UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar, dimana jika perusahaan pesaing mengetahui sebuah kelemahan UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar hal ini akan digunakan oleh perusahaan pesaing sebagai kekuatan dan senjata baru untuk memanfaatkan kelemahan yang ada. Dikarenakan adanya perusahaan pesaing maka pihak manajemen harus teliti untuk memilih sistem pemasaran yang baik guna mencapai tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan, hal itu dilakukan agar pembeli tidak beralih pada produk dari perusahaan lain.

Pangsa pasar setiap perusahaan selalu bersaing, untuk itu UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar perlu mempengaruhi pembeli agar mau membeli produk *furniture* yang dihasilkan perusahaan. Salah satu upaya yang perlu dilakukan oleh UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar dalam menghadapi

persaingan dengan cara menerapkan strategi pemasaran yang tepat, strategi pemasaran yang tepat ini bertujuan untuk meningkatkan laba penjualan.

Kemampuan dalam berinteraksi secara dinamis terhadap lingkungan yang semakin kompleks dan berubah-ubah merupakan kunci sukses sebuah perusahaan. Meningkatkan pemasaran yang lebih baik merupakan tindakan yang perlu dilakukan oleh UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar. Sistem pemasaran yang baik dan tertata akan memberikan dampak dalam peningkatan laba, selain itu pemasaran perlu ditingkatkan supaya produk lebih dikenal oleh masyarakat luas. Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan.

Faktor strategi pemasaran melibatkan upaya untuk membedakan produk atau layanan perusahaan lain. Perusahaan dapat menggunakan iklan yang kreatif, produk yang berkualitas, pelayanan yang bermutu, atau teknologi baru untuk menghasilkan produk yang unik. Strategi dapat mengurangi daya tawar pembeli karena produk lain dianggap kurang menarik dan pembeli akan setia kepada produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Strategi pemasaran akan berjalan dengan baik dan tepat sesuai dengan konsep manajemen yang ada pada perusahaan dan dapat merebut pangsa pasar, untuk itu strategi pemasaran harus memiliki satu tujuan agar perusahaan berkonsentrasi untuk pasar wilayah dan kelompok pembeli tertentu.

Strategi pemasaran yang baik dan tepat mempunyai peran dalam meningkatkan laba penjualan, peningkatan penjualan merupakan tujuan utama di UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar, di mana perusahaan bergelut di bidang pemasaran saling bersaing untuk meningkatkan laba. Laba penjualan kurang maksimal maka akan mempengaruhi produktifitas UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar, sebaliknya laba penjualan yang maksimal memberikan dampak yang baik bagi masa depan perusahaan untuk terus membuat *furniture* yang berkualitas.

Kemampuan dan kondisi untuk mencapai target penjualan, maka diharapkan perusahaan memahami masalah yang berkaitan dengan penjualan antara lain dengan mengetahui karakteristik produk, jenis produk dan harga, dimana jika produk dipasarkan akan memiliki nilai yang tinggi akan mempengaruhi kepuasan pembeli. Mengingat pentingnya laba penjualan bagi keberlangsungan perusahaan, maka UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar harus mengetahui faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan.

Penting bagi perusahaan untuk menyempurnakan proses yang merespon peningkatan ukuran jumlah perusahaan pesaing. Persaingan antar perusahaan yang bergerak di bidang yang sama menjadi permasalahan yang tidak bisa di kesampingkan, dimana jika dalam melakukan pemasaran kurang menarik terhadap pembeli maka tidak menutup kemungkinan UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar akan tersingkir dari pasar, untuk mengantisipasi masalah tersebut maka perlu strategi pemasaran yang mampu untuk bertahan di dalam persaingan.

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan tentu tidaklah bisa berjalan sendiri untuk menemukan pembeli, maka perlu dilakukan dengan cara khusus untuk bisa menarik pembeli. Hal ini sangat penting untuk dilakukan karena jika pembeli tidak mengetahui mengenai produk tersebut maka kemungkinan pembeli tidak akan membeli produk tersebut, untuk itu diperlukan informasi yang jelas mengenai produk yang dijual.

Perusahaan dapat mengetahui strategi apa dan harus bagaimana untuk diterapkan di dalam perusahaan. UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar perlu mengetahui masalah faktor internal dan eksternal perusahaan, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat mengetahui seberapa baik perusahaan tersebut berjalan dan meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan kekuatan yang ada di perusahaan. Salah satu cara untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal perusahaan adalah dengan cara analisis SWOT. SWOT terdiri dari 4 elemen terdiri dari kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*Weakneses*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*). Lingkungan internal perusahaan meliputi kinerja SDM, sumber daya fisik, kuantitas dan kualitas pemasaran, operasi, organisasi, keuangan, dan manajemen di dalam perusahaan tersebut. Lingkungan eksternal perusahaan mencakup faktor teknologi, ekologi, ekonomi, sosial budaya dan politik. Teknologi sendiri adalah bertambah modern nya alat untuk memasarkan produk, ekologi sendiri merupakan hubungan manusia dengan makhluk hidup disekitarnya, faktor ekonomi lebih ke arah perekonomian dimana suatu perusahaan beroperasi, sosial budaya lebih ke arah gaya hidup para pembeli, dan politik mengarah ke

peraturan pemerintah dan hukum yang berlaku dimana perusahaan itu berdiri. Lingkungan eksternal perusahaan juga sangat bergantung pada sistem manajemen strategi yang diterapkan oleh perusahaan dan pangsa pasar bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan tersebut.

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui segi positif dan negatif di dalam UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar. Di dalam analisis SWOT, didasarkan pada logika dimana dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan meminimalisir kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Perusahaan harus memiliki strategi tersendiri agar memenangkan persaingan untuk merebut pangsa pasar. Diharapkan perusahaan lebih teliti dalam menerapkan strategi pemasaran, jika strategi pemasaran yang digunakan tepat sasaran maka akan berdampak pada peningkatan laba penjualan, namun sebaliknya jika tidak tepat sasaran akan mengalami penurunan yang berdampak pada keberlangsungan UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Strategi Modern Guna Meningkatkan Laba UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar”**

B. Permasalahan

Penerapan strategi pemasaran yang tepat tentu akan menghasilkan hasil penjualan yang sesuai dengan tujuan perusahaan dan dapat meningkatkan laba perusahaan sesuai dengan yang dihadapkan. Penerapan strategi pemasaran juga mempunyai peranan yang dapat mempengaruhi perkembangan sebuah perusahaan. Pada UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar terdapat suatu permasalahan mengenai hal penerapan strategi pemasaran yang belum optimal dan sistem pemasaran tradisional yang hanya terfokuskan pada calon pembeli yang datang sehingga dapat mempengaruhi hasil penjualan yang tidak stabil. Hal tersebut dilihat dari data perusahaan sejak 2015-2017 yang mempengaruhi pendapatan laba perusahaan.

Tabel 1.1

Data Penjualan dari Tahun 2015 sampai Tahun 2017

Tahun	Jumlah
2015	28
2016	32
2017	30
2018	34
2019	31

Sumber : UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar Tahun 2015, 2016, 2017, 2018, 2019

Tahun 2015 UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar menjual 28 unit, tahun 2016 menjual 32 unit, pada tahun 2017 menjual 30 unit, pada tahun 2018 menjual 34 unit dan pada tahun 2019 menjual 31 unit, Pada data penjualan

yang ada dia atas menunjukkan tahun 2016 mengalami peningkatan 4 unit, sedangkan pada tahun 2017 mengalami penurunan 2 unit, pada tahun 2018 mengalami peningkatan 4 unit dan pada tahun 2019 mengalami penurunan 3 unit. Permasalahan yang ada pada UD Jati Payung Mulia Dua Blitar, maka perlu dilakukan strategi pemasaran yang lebih baik untuk menarik minat pembeli supaya melakukan pembelian mebel pada UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar.

C. Rumusan Masalah

Permasalahan yang telah diuraikan maka peneliti menyimpulkan bahwa rumusan masalahnya adalah sebagai berikut “Bagaimana cara Meningkatkan Laba dengan Penerapan Strategi Pemasaran modern di UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar?”

D. Tujuan Penelitian

Jika dilihat dari rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan laba penjualan melalui strategi pemasaran dengan menggunakan metode analisis SWOT.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar:

Hasil dari penelitian dapat sebagai pertimbangan dalam menerapkan strategi pemasaran modern untuk meningkatkan laba penjualan.

2. Bagi Peneliti:

Untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan laba dengan penerapan strategi pemasaran modern di UD. Jati Payung Mulia Dua Blitar

3. Bagi peneliti selanjutnya:

Menjadi acuan dan referensi bagi peneliti lainnya dengan permasalahan yang sama.

4. Bagi STIE Kesuma Negara Blitar

Diharapkan bisa membantu mahasiswa STIE Kesuma Negara Blitar dalam menyelesaikan tugas akhir yang meliputi strategi pemasaran modern yang berpengaruh pada peningkatan laba menggunakan analisis SWOT.