

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan di dunia bisnis yang terjadi pada saat ini memicu persaingan yang sangat pesat antara perusahaan satu dengan yang lainnya, hal ini dipengaruhi karena banyaknya dunia bisnis yang dijalankan serupa dan perkembangan teknologi yang semakin canggih, maka para kompetitor sangatlah mudah untuk meniru bisnis pesaing lainnya, sehingga strategi pemasaran merupakan salah satu peranan penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dalam bidang pemasaran khususnya.

Semua perusahaan pasti menginginkan penjualan produk yang di hasilkan meningkat dengan adanya penerapan strategi pemasaran yang tepat. Tetapi sering terjadi pada perusahaan belum mempunyai strategi pemasaran yang cukup baik. Penerapan strategi pemasaran yang baik sangat penting untuk keberlangsungan suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan hasil produknya. Untuk menghadapi persaingan pasar, suatu perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan daya saing mereka melalui bidang pemasarannya. Sehingga pihak perusahaan harus dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing dalam memasarkan produk yang sejenis.

Sesuai yang telah dijelaskan, salah satu strategis yang digunakan perusahaan adalah dengan menyusun strategi pemasaran karena strategi

pemasaran itu sendiri diharapkan menjadi solusi bagi perusahaan dalam mencapai pangsa pasarnya dan ditambah dengan rencana komprehensif yang menyeluruh disertai dengan berbagai kebijaksanaan yang dijadikan sebagai pedoman dalam mengimplementasikan rencana agar menjadi perusahaan yang mampu bersaing. Penyusunan rencana komprehensif yang dimaksud bertujuan agar setiap pengambilan keputusan tidak didasarkan pada interpretasi tersendiri dari bagian atau departemennya, melainkan harus berdasarkan pada rencana yang sifat menyeluruh. Selain itu agar perusahaan terus dapat menjaga kelangsungan proses pemasaran perusahaan harus memperluas target pasar yang dituju, untuk meningkatkan penjualan itu sendiri dengan cara mengoptimalkan promosi dan memanfaatkan teknologi informasi yang berkembang saat ini.

Tugas pemasaran itu sendiri juga berperan penting dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat agar produk atau jasanya yang dihasilkan perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, seorang produsen dalam memasarkan produk atau jasa harus dapat memberikan informasi yang jelas kepada konsumen, agar konsumen mengetahui keunggulan produk yang dihasilkan perusahaan agar penjualan produk yang dijual perusahaan dapat meningkat.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran sebagai upaya peningkatan pasar adalah dengan menerapkan strategi pemasaran. Dimana strategi pemasaran memiliki peran penting untuk keberhasilan suatu perusahaan. Maka strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah

tentang apa yang akan dilakukan oleh perusahaan dan menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran di pasar. Di dalam perusahaan strategi pemasaran juga merupakan proses yang memegang peranan penting perusahaan yang akan memasarkan produk yang dihasilkan perusahaan. Sehingga pemasaran berfungsi untuk mendekatkan jarak antara produsen dan konsumen agar perusahaan dapat meningkatkan penjualannya.

UD. Cemara Sari Blitar merupakan usaha yang bergerak di bidang pembuatan aneka macam olahan makanan dan minuman yang terbuat dari belimbing. Strategi pemasaran pada UD. Cemara Sari Blitar merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan terutama dalam hal penjualan. Perusahaan hanya menggunakan strategi pemasaran dengan memberikan jawaban tentang produk mereka saat ada calon konsumen yang bertanya. Perusahaan memasarkan produknya hanya dengan menitipkan pada toko di sekitar perusahaan dan konsumen yang datang langsung ke perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis memilih judul skripsi **“Peningkatan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Pada UD. Blitar Cemara Sari”**.

B. Permasalahan

Sesuai dengan laporan informasi yang saya peroleh dari pemilik perusahaan UD. Cemara Sari Blitar yang terjadi pada perusahaan mempunyai permasalahan dalam hal penjualan. Penjualan menurun

disebabkan karena strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan di nilai kurang baik oleh pemilik perusahaan, sehingga hal ini diduga mengakibatkan penjualan produk yang dihasilkan mengalami penurunan.

Berikut penurunan penjualan pada tahun 2013-2015, bahwa tahun 2013 total penjualan 1.625, tahun 2014 total penjualan 1.023, tahun 2015 total penjualan 859.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran pada UD. Cemara Sari Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran pada UD. Cemara Sari Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

Diharapkan pada akhir penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, untuk mengetahui dan menambah pengetahuan cara strategi pemasaran yang baik dan efisien dalam melakukan penjualan.
2. Bagi Perusahaan, dapat memberikan gambaran bagi UD. Cemara Sari Blitar tentang strategi pemasaran yang akan digunakan selanjutnya dalam meningkatkan penjualan.

3. Bagi Pihak Lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan menjadi acuan dalam pengambilan keputusan untuk penelitian selanjutnya.