

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi ditandai dengan adanya perubahan-perubahan yang menyebabkan para pelaku usaha akan menghadapi berbagai kendala di dalam perkembangan bisnisnya. Kondisi pertumbuhan bisnis sekarang ini cukup tinggi, di mana dapat dilihat dari tumbuhnya usaha-usaha dengan jenis usaha yang sejenis sebagai pesaing, sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Untuk meningkatkan daya saing antar pelaku usaha, maka para pelaku usaha dituntut untuk bekerja keras dan melaksanakan kegiatan usaha secara efisien demi kelangsungan hidup dan perkembangan usaha, maka pelaku usaha harus memiliki Bauran yang tepat agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis. CV. Jaya Lestari merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang usaha kerajinan rotan, kerajinan rotan adalah salah satu usaha yang mempunyai prospek bisnis yang bagus. Jenis barang yang diproduksi dalam industri rotan sangat beragam yaitu perabotan rumah tangga, kursi santai, rak buku dan barang-barang hiasan rumah lainnya.

Persaingan bisnis yang sudah semakin kompetitif ini membuat para pelaku usaha atau *entrepreneur* secara berkesinambungan berusaha menyesuaikan diri terhadap perubahan yang terjadi pada zaman globalisasi saat ini. Jika pelaku usaha tidak bisa menyesuaikan diri dengan pasar yang ada maka usaha tersebut bisa mengalami kegagalan.

Dari hal tersebut para pelaku usaha harus lebih kreatif dalam menjalankan Bauran sebuah bisnis. Pemilihan Bauran yang baik dan tepat dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif adalah salah satu dari kunci kesuksesan sebuah pemasaran merupakan fungsi yang diberi tugas dan tanggungjawab untuk menciptakan permintaan terhadap produk yang dihasilkan atau disediakan oleh perusahaan melalui aktivitas penjualan dan pemasaran.

Fungsi dalam pemasaran ini menciptakan kegunaan pemilikan (*possession utility*) melalui aktivitas pertukaran dan kegunaan tempat melalui aktivitas penyampaian produk dari lokasi produsen ke lokasi konsumen. Fungsi produksi menciptakan kegunaan untuk melalui kegiatan produksi, nilai dan kegunaan suatu benda meningkat akibat dilakukannya penyempurnaan bentuk atas benda yang bersangkutan. Sedangkan untuk memperbanyak konsumen dan meningkatkan penjualan CV. Jaya Lestari harus membuat perencanaan keputusan yaitu keputusan dalam menetapkan Bauran pemasaran yang tepat untuk digunakan dimana keputusan tersebut keputusan yang efektif dan efisien terhadap volume penjualan.

Volume penjualan sangatlah penting dengan adanya promosi, sehingga dapat meningkatkan penjualan karena promosi dapat membuat nilai tambah bagi pelaku usaha yang menjalankan bisnisnya. Persaingan bisnis yang semakin ketat dan bertambahnya pelaku usaha yang semakin gencar melakukan kreativitas dan inovasi baik pada produk maupun pada usaha atau bisnis yang sedang dijalankannya kita harus mampu memanfaatkan peluang yang ada serta melakukan adaptasi yang baik. Jika kita masih ingin usaha kita tetap bertahan harus

mempertahankan dan tanggap terhadap isu yang terjadi di masyarakat maupun target pasar yang akan menjadi tujuannya.

Pemasaran merupakan salah satu fungsi yang sangat penting dalam perusahaan, dimana dengan pemasaran yang tepat dapat menentukan volume penjualan dan posisi perusahaan di pasar. Penguasaan pangsa pasar sangat tergantung kepada kemampuan untuk memanfaatkan Bauran pemasaran perusahaan. Bauran adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam Bauran yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasio efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Menurut Kotler (2014: 76) Bauran pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya, Bauran pemasaran berisi Bauran spesifik untuk pasar sasaran, penempatan posisi bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran. Selain itu menurut Assauri (2014:168), Bauran pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan dan aturan yang memberi arah pada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta aplikasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan penjualan.

Menurut (Kotler & Keller, 2016:47) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Sedangkan Harga menurut Abdurahman (2018:109) ialah sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau penentuan nilai suatu produk di benak konsumen.

Tempat atau lokasi adalah sebuah titik tertentu yang dipilih oleh perusahaan untuk melaksanakan segala aktifitas usahanya, dimana titik tersebut mempunyai pengaruh terhadap Bauran-Bauran usaha dari perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2015:92).

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:76) yang dimaksud dengan promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau jasa yang dijual.

Penjualan adalah tujuan dari dilakukannya kegiatan perusahaan dalam menghasilkan barang atau jasa mempunyai tujuan akhir yaitu menjual, oleh karena itu penjualan sangatlah penting agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual (Hulu et al., 2021) Kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai peningkatan penjualan yang diharapkan dan menguntungkan dalam mencapai laba maksimum bagi perusahaan. Untuk mempertahankan hal tersebut, perusahaan perlu memperhatikan perilaku konsumen agar perusahaan dapat menggunakan Bauran pemasaran yang tepat untuk mendorong terjadinya peningkatan penjualan.

Dengan adanya latar belakang tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana srategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada CV. Jaya Lestari. Peneliti akan melakukan analisis bagaimana Bauran pemasaran yang di lakukan oleh perusahaan ini. Dengan demikian, maka judul

penelitian ini adalah “Pengaruh Bauran Pemasaran 4P Terhadap Volume Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada CV. Jaya Lestari”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Produk berpengaruh terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada Cv. Jaya Lestari?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada Cv. Jaya Lestari?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada Cv. Jaya Lestari?
4. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada Cv. Jaya Lestari?
5. Apakah Produk, Harga, Lokasi dan Promosi berpengaruh terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada Cv. Jaya Lestari?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap Volume Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada Cv. Jaya Lestari.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap Volume Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada Cv. Jaya Lestari.

3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap Volume Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada Cv. Jaya Lestari.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap Volume Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada Cv. Jaya Lestari.
5. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap Volume Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada CV. Jaya Lestari.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak di antaranya:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai informasi dan masukan bagi pemilik usaha CV. Jaya Lestari untuk mengembangkan Bauran pengendalian produksi dan promosinya untuk meningkatkan penjualannya.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi peneliti tentang analisis Bauran pengendalian produksi dan promosi, dan mengetahui perbandingan antara teori dengan fakta atau kenyataan di lapangan dan menerapkan secara langsung ilmu yang sudah di peroleh selama perkuliahan.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah wawasan serta pengetahuan dan sumber bacaan di Unevrsitas PGRI Adi Buana Surabaya, atau referensi bagi peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian dengan topik atau tema yang sama dengan penelitian ini.



