

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Analisis pemasaran produk dalam suatu perusahaan merupakan hal yang penting dan turut menentukan kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dibidang produk maupun jasa, sebab kegagalan dalam memasarkan barang akan berakibat fatal. Tujuan analisis pemasaran produk ada bermacam-macam yang pada ujungnya adalah meningkatkan penjualan agar mendapat keuntungan yang lebih maksimal. Perusahaan dapat mempertahankan sehingga dapat meningkatkan penjualan produk yang mereka produksi.

Analisis pemasaran produk adalah rencana bisnis yang menyajikan informasi mengenai pasar tempat bisnis anda beroperasi. Analisis pemasaran dilakukan agar anda dapat merumuskan bagaimana menjalankan bisnis anda dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu. Pemasaran produk harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar, dengan demikian pemasaran harus memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran. Perusahaan harus berusaha menjaga kualitas produk, serta berupaya mengembangkan kualitas produk baru, serta melakukan perluasan usaha.

Pada umumnya setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya tentu mempunyai keinginan agar produknya dapat terjual seperti yang diharapkan. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk produk yang akan dijual dipasaran. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai maka produk dengan mudah diterima oleh calon konsumen sehingga calon konsumen membeli produk yang akan dijual. Dalam perekonomian Indonesia, peluang usaha selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting yang merupakan salah satu pilar perekonomian nasional. Untuk menghadapi persaingan bisnis, pelaku bisnis membutuhkan pemasaran produk dan strategi pemasaran yang dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif dan inovatif untuk mempertahankan dan meingkatkan kemampuan bersaing. Cara tersebut dapat dilakukan dengan menetapkan strategi yang tepat untuk dijalankan.

Toko kue island cake Metro ini termasuk dalam industri rumah tangga, produk dengan skala industri rumah tangga memiliki peranan penting dalam menambah pendapatan dan juga dapat menciptakan lapangan kerja. Di kota Metro banyak terdapat toko kue yang berskala kecil, menengah, dan besar mulai yang berbentuk industri rumah tangga maupun yang sudah dikelola lebih profesional beberapa sentra toko kue antara lain yakni Toko kue island cake Metro merupakan usaha yang bergerak dibidang makanan khususnya cake tart, cookies, roti basah dan roti kering. Selain menjual produk eceran kebanyakan dari industri ini juga menerima pesanan produk dalam jumlah yang banyak seperti menerima pesanan roti untuk disetorkan penjual- penjual junk food, hantaran, cookies untuk hari raya dan lain sebagainya. Di era modern seperti ini kebutuhan makanan seperti roti, kue basah, kue kering dan lain-lainnya sangat tinggi mengingat manfaat yang didapat, selain itu manfaat lainnya yang didapat selain praktis, sederhana dan dapat dinikmati siapa saja, kapanpun juga dalam segala aktifitas.

Keberhasilan perusahaan memasarkan produk sangat tergantung pada kiat-kiat dan pemasaran produk yang dilakukan karena dengan penerapan pemasaran produk yang tepat perusahaan dapat menciptakan, memelihara dan mengembangkan permintaan konsumen serta meyakinkan dan berkesinambungan. Apabila omset penjualan mengalami peningkatan yang lambat maka harus dianalisis apakah hal tersebut disebabkan apakah kurang efektifnya pemasaran produk yang dilakukan atau mungkin dipengaruhi selera atau perilaku konsumen yang sudah berubah.

Dalam keberhasilan suatu produk akan bermuara pada kinerja pemasarannya. Dari sinilah suatu produk dipertimbangkan oleh konsumen. Meskipun mengalami tingkat penjualan yang berfluktuatif perusahaan itu sendiri harus tetap memiliki strategi dalam pemasarannya dengan harapan supaya memiliki keunggulan produk sehingga dapat diterima oleh pasar dan memiliki kinerja pemasaran yang tinggi.

Kinerja pemasaran merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari aktifitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan. Selain itu, kinerja pemasaran juga dapat dipandang sebagai sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana prestasi yang dicapai oleh suatu produk yang dihasilkan perusahaan. Kinerja merupakan faktor yang seringkali digunakan untuk mengukur dampak strategi yang diterapkan

perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja pemasaran (seperti volume penjualan) yang baik dan juga kinerja yang baik.

Toko kue merupakan salah satu prospek usaha yang memberikan keuntungan yang cukup signifikan. Hal ini karena minat masyarakat untuk mengonsumsi kue meningkat pesat seiring perkembangan zaman. Melihat potensi permintaan terhadap kue, banyak para usahawan baik lama ataupun baru mulai mendirikan usaha kue. Di Kota Metro sendiri, toko kue banyak didirikan oleh para pengusaha. Banyaknya toko kue yang ada di Kota Metro mengakibatkan semakin ketatnya persaingan diantara mereka. Hal ini mengakibatkan penjualan pada toko kue mengalami fluktuatif.

**Tabel 1.1. Data Keunggulan Toko Kue di Kota Metro Tahun 2022**

No	Nama Toko	Keunggulan
1	Rajawali Cake and Cookies	Produk relatif sama dengan produk lain, kue basah dan kering, dan Tidak menerima order
2	Alya Cake	Produk cake untuk ulang tahun, kue basah, dan kue kering. Menerima order
3	Flamboyan Cake	Produk cake khusus untuk ulang tahun, dan cake basah. Tidak menerima order
4	Falisha Cake	Harga murah, menjual aneka kue, namun variasi kurang banyak
5	Sweet Land Bakery	Harga standar, rasa cukup enak, bisa order, dan siap diantarkan ke rumah
6	Island Cake	Harga murah, kue unik, menerima pesanan, dan memberikan fasilitas siap antar ke rumah.
7	WIN Cake's	Produk cake khusus untuk ulang tahun, dan cake basah. Tidak menerima order

Sumber: olah data prasurvei Penelitian 2022

Pada peneliti memilih toko kue Island Cake yang berada di Kecamatan Metro Barat. Alasannya adalah, Toko kue Island Cake merupakan toko yang masih baru dibandingkan dengan toko kue lainnya. Meskipun terhitung baru, toko kue ini menghasilkan produk yang cukup banyak diminati oleh konsumen. Hal ini karena, Island Cake menyediakan produk yang baru, berkualitas, dan kreatif

serta unik. Toko Island Cake juga menerima pesanan kue untuk para konsumennya dan memberikan pelayanan yang baik pada semua konsumen. Dengan demikian, toko kue island memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan penjuallanya dengan menerapkan startegi pemasaran yang cocok. Hal ini karena toko kue di Kota Metro semakin banyak dan persaingan dalam pemasaran semakin ketat. Untuk mengetahui kinerja pemasaran berikut adalah data penjualan bulanan toko kue island cake Metro pada periode 3 tahun terakhir yaitu, 2019-2021.

**Table 1.2. Data hasil penjualan tahun 2021.**

No	Bulan	Tahun		
		2019	2020	2021
1.	Januari	3.000.000	5.500.000	6.300.000
2.	Februari	3.100.000	5.500.000	6.000.000
3.	Maret	3.500.000	5.800.000	7.000.000
4.	April	3.000.000	3.800.000	7.100.000
5.	Mei	3.800.000	6.500.000	8.500.000
6.	Juni	4.000.000	7.500.000	8.000.000
7.	Juli	5.000.000	4.500.000	7.800.000
8.	Agustus	4.500.000	3.000.000	9.000.000
9.	September	5.000.000	4.200.000	7.500.000
10.	Oktober	5.100.000	5.600.000	6.800.000
11.	November	5.000.000	5.000.000	8.800.000
12.	Desember	5.500.000	6.000.000	12.000.000
Jumlah		50.500.000	62.900.000	94.800.000

*Sumber : Data diolah dari toko island cake Metro (2022).*

Berdasarkan data penjualan toko Island Cake diatas bahwa hasil total penjualan mengalami peningkatan berdasarkan 3 tahun terakhir yakni, 2019-2021. Walaupun pada waktu tertentu mengalami penurunan penjualan. Karena pada umumnya pengusaha kue mendapatkan pesanan dengan jumlah besar pada momen-momen tertentu. Produksi meningkat pada saat hari libur besar seperti hari raya idul fitri, hari raya natal, tahun baru, dll. Selain itu media yang digunakan saat ini berupa social media seperti instagram, facebook dan whatsapp dan sistem promosi dari mulut ke mulut. Hal ini dirasa sudah efektif untuk sistem pemasarannya karena dapat menjangkau area lebih luas. . Promosi adalah sebuah kegiatan aktif yang dilakukan oleh toko kue Island Cake Metro untuk memberitahu konsumen aktif di sosial media. Promosi yang dilakukan toko kue Island Cake Metro dimulai dengan membuat brand atau membuat kepercayaan konsumen bahwa produk yang dijual benar-benar terjamin

kualitasnya. Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk. Suatu perusahaan yang mengedepankan pemasaran akan berupaya menciptakan barang-barang yang mempunyai nilai yang memuaskan bagi konsumennya akan tertarik untuk membelinya. Perusahaan tidak hanya menciptakan barang melainkan juga bagaimana produk tersebut tersedia dalam jangkauan konsumen.

Ukuran keberhasilan perusahaan dalam menetapkan strateginya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk maka mereka semakin puas dan ini berarti strategi pemasaran yang dijalankan sudah cukup berhasil. Sehingga dengan keberhasilan strategi yang dicapai maka memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan (laba) usaha.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Untuk Meningkatkan Kinerja Toko Kue Island Cake Metro.**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Volume penjualan toko Island Cake Metro setiap bulan mengalami cenderung mengalami penurunan.
2. Promosi masih kurang maksimal.
3. Pelaksanaan pemasaran belum memperhatikan faktor internal dan eksternal pada toko.

## **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kinerja pemasaran produk Toko Kue Island Cake Metro?
2. Strategi apa yang tepat untuk digunakan oleh toko kue Island Cake Metro untuk meningkatkan kinerja pemasaran produk dalam penjualan?
3. Apa saja Faktor internal dan eksternal yang dimiliki toko kue Island dalam meningkatkan kinerja pemasaran produk dalam penjualan?

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

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana kinerja pemasaran produk toko kue Island Cake Metro.
2. Untuk mengetahui strategi apa yang tepat untuk digunakan oleh toko kue Island Cake Metro untuk meningkatkan kinerja pemasaran produk dalam penjualan.
3. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang dimiliki Toko Kue Island Cake Metro dalam meningkatkan penjualan.

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

1. Bagi Penulis
  - a. Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan S1 di universitas muhammadiyah Metro.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam menganalisis persoalan berdasarkan teori yang telah diperoleh dibangku kuliah dengan fakta dan kenyataan yang ada.
  - c. Dengan penelitian ini penulis dalam memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran.
2. Bagi Akademis
  - a. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu-ilmu tentang analisis pemasaran produk dan kinerja pemasaran
  - b. Memberikan pengetahuan dan pemahaman serta wawasan mengenai analisis pemasaran produk dan kinerja pemasaran pada toko kue Island Cake Metro.
3. Bagi perusahaan
  - a. Sebagai bahan masukan saran dan pemikiran bagi pimpinan perusahaan sehingga berdampak dengan meningkatkan strategi pemasaran dan kinerja pemasaran.
  - b. Sebagai bahan perencanaan dan perkembangan dalam rangka pengambilan keputusan dalam mengatasi masalah dalam perusahaan.

## **F. Sistematika penulisan**

Penelitian ini disusun dengan sistematika berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, selanjutnya identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN LITERATUR**

Dalam bab ini menguraikan deskripsi teori dan hasil penelitian relevan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, obyek dan lokasi penelitian, teknik pengumpulan data dan sumber data penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini membahas terkait dengan data hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN SARAN**

Pada bagian bab ini membahas terkait dengan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian dan saran-saran yang diajukan berdasarkan hasil penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**