

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Saat ini pesatnya dalam perkembangan dunia usaha serta semakin kompleksnya sistem perekonomian ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami tantangan dalam menjual produknya di pasar. Perusahaan harus melakukan lebih dari sekedar membuat produk yang bagus dan harus memberikan informasi kepada konsumen mengenai keunggulan produk dengan hati-hati memasarkan produk didalam benak para konsumen. Munculnya persaingan-persaingan diantara produsen dalam memasarkan produk mereka ke pasaran merupakan persoalan yang mutlak dan merupakan tantangan yang tidak dapat dihindarkan oleh pimpinan perusahaan.

Perusahaan dengan banyaknya yang memproduksi barang dan jasa mau tidak mau akan mengalami kondisi yaitu persaingan yang ketat dalam pemasaran produk, dan tentu yang dapat unggul dalam persaingan ini akan ditentukan oleh sistem dan strategi pemasarannya yang paling efektif dan efisien. Dalam merancang strategi pemasaran yang kompetitif perusahaan harus melakukan analisis terhadap pesaing.

Strategi pemasaran yakni suatu hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap suatu bisnis atau usaha, maka tidak heran jika setiap perusahaan melakukan berbagai macam strategi pemasaran supaya dapat meningkatkan penjualannya. meningkatnya dalam penjualan tersebut, maka perusahaan juga akan mendapatkan laba yang diinginkan. Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk memperluas pangsa pasarnya.

Pemasaran merupakan salah satu fungsi yang sangat penting dalam perusahaan dimana dengan pemasaran yang tepat dapat meningkatkan volume penjualan, penguasaan pangsa pasar sangat bergantung kepada kemampuan untuk memanfaatkan strategi pemasaran perusahaan.

Disamping pemasaran faktor yang tidak kalah pentingnya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan ialah salah satu faktor terpenting dalam menentukan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan akan

tercermin pada aspek kepuasan pelanggan peranan pelayanan bagian yang sangat penting dalam rangka keberhasilan suatu bisnis.

Sudah semestinya tujuan utama perusahaan adalah untuk memuaskan konsumen jika konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat sama, hal ini dapat menciptakan laba dan keuntungan yang besar dan juga dapat menambah konsumen baru. Sehingga akan menambah citra positif sehingga penjualan produk akan meningkat. Namun sebaliknya, apabila pelanggan merasa kecewa akan kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan tersebut, maka, pelanggan tersebut akan mencari perusahaan lain yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Salah satu jenis usaha yang terkenal di wilayah Kecamatan Metro Timur adalah *Counter Mulyajaya Cell* , terletak di jalan Kii Hajar Dewantara Iringmulyo 15a Metro Timur. *Counter Mulyajaya Cell* menjual berbagai macam kebutuhan *Handphone*, seperti : *Travel Charger, Softcase, Baterai Handphone ,Kuota Internet, Servis Handphone, Bahkan, Sparepart*. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan bagian yang paling utama dalam melakukan manajemen bisnis. Dikarenakan jenis usaha *Counter* sudah banyak di kota Metro, maka para pemilik ataupun pengelola haruslah mampu membuat strategi dalam mempertahankan kualitas pelayanan untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Counter Mulyajaya Cell menganggap pelayanan yang berkualitas sebagai hal yang paling utama. Menempatkan kepuasan pelanggan pada urutan pertama dalam strategi perusahaan merupakan faktor yang paling penting bagi *Counter Mulyajaya Cell* sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Selain dari itu, kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang nantinya akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Berdasarkan hasil observasi di lapangan diketahui bahwa usaha Mulyajaya dari tahun ke tahun terjadi penurunan dan peningkatan . Hal ini terlihat dari data pendapatan dan pelanggan di *Counter Mulyajaya Cell*.

Table 1. Data Pendapatan *Counter Mulyajaya Cell* Tahun 2018-2021

NO.	Periode	Jumlah Omset Ecer	Jumlah Omset Grosir
		Tahunan	Tahunan
1.	2018	517.197.000	814.675.000
2.	2019	409.406.000	729.430.000
3.	2020	584.697.000	985.400.000
4.	2021	297.000.000	663.328.000

Sumber: Counter Mulyajaya Cell

Berdasarkan data pendapatan di *Counter Mulyajaya Cell* peneliti menganalisa bahwa pada setiap tahunnya pendapatan yang di dapat oleh *Counter Mulyajaya Cell* mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2018 dan tahun 2019 terjadi penurunan jumlah pendapatan ecer yang berselisih 107.791.000 sedangkan grosir berselisih 85.245.000. Pada tahun 2019 ketahun 2020 terjadi kenaikan yang sangat cukup melebihi margin *Mulyajaya Cell* penjualan ecer berselisih 175.291.000 dan grosir berselisih 255.970.000. Kemudian pada tahun 2020 ketahun 2021 terjadinya penurunan hampir 50% dari margin yang ditetapkan oleh *Mulyajaya Cell* penjualan ecer berselisih 287.697.000 dan penjualan grosir 322.072.000. Sedangkan jumlah target yang ditetapkan perusahaan 540.000.000 untuk ecer dan 864.000.000 penjualan grosir. Oleh sebab itu, data tersebut menunjukkan bahwa tidak terealisasikan omset penjualan di sini lah peneliti ingin mengetahui strategi dan kualitas pelayanan apa saja yang di terapkan oleh *Counter Mulyajaya Cell* dalam meningkatkan pendapatan

Table 2. Hasil Wawancara Owner Mulyajaya Cell

No	Pertanyaan	Jawaban Owner Mulyajaya Cell
1.	Jenis barang apa saja yang ibu jual di <i>Counter Mulyajaya Cell</i> ?	saya menjual <i>accecories handphone</i> seperti <i>softcase, travel charger, kabel data, Batrai handphone, Kuota Internet, servis handphone, Sparepart.</i>
2.	Bagaimana ibu menerapkan strategi pemasaran kepada konsumen ?	Saya sudah menerapkan jual belinya seperti melayani konsumen dengan sopan santun, ramah, melayani konsumen dengan baik, mempermudah

		<p>pelayanan melalui via online lewat whatshaap dan selalu tanggap memberikan respon jadi setiap barang yang baru datang langsung saya <i>broadcast</i> , melalui whatshaap jadi konsumen atau reseller bisa langsung pesan atau keep barang yang ingin dibeli tanpa harus antri ditoko.</p>
3.	<p>Bagaimana konsep harga yang diterapkan di <i>counter Mulyajaya Cell</i>? Apakah telah sesuai dengan harga pasar?</p>	<p>Sudah, harga yang saya tawarkan sudah sesuai pasaran di daerah metro”</p>
4.	<p>Bagaimana penjualan disetiap tahunnya?</p>	<p>Untuk penjualan 2 tahun terakhir tahun 2020 hampir mencapai omset 600jt tapi ditahun 2021 nurun sekitar omsetnya 200jt sekian”</p>
5.	<p>Berapa target margin perbulan saudara?</p>	<p>Kalau untuk target margin saya setiap hari penjualan ecer 900ribu</p>

Table 3. Hasil Wawancara Dengan Pelanggan Mulyajaya Cell

No	Pertanyaan	Jawaban Pelanggan Mulyajaya Cell (Ibu Warsih)	Jawaban Pelanggan Mulyajaya Cell (Ibu Rima)
1.	<p>Bagaimana menurut pendapat ibu dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan?</p>	<p>Menurut saya sudah cukup baik namun masih kurang sigap ketika ada konsumen datang untuk berbelanja.</p>	<p>Ramah dan sopan</p>

2.	Menurut ibu bagaimana dengan harga yang diterapkan di dalam Counter mulyajaya cell ini? Apakah telah sesuai atau tidak?	Untuk harga sesuai pada kualitas yang berikan, .	Harga nya murah terjangkau .
3.	Bagaimana menurut pendapat ibu, apakah karyawan counter mulyajaya cell sudah benar memahami kebutuhan dan keinginan selama ibu berbelanja disini?	iya,sudah	Menurut saya sudah
4.	Bagaimana pelayanan karyawan counter mulyajaya cell dalam memberikan pelayanan kepada konsumen?	saya sedikit kecewa karena mereka menerapkan sistem broadcast digrub dan keep barang setiap saya hubungi tidak pernah diangkat,bahkan saya chat pun jarang di balas	Saya sempat kesal, mereka memberikan nomer whatshapp untuk menanyakan <i>accecories</i> Handphone namun saat saya hubungi jarang di respon
5.	Dalam melakukan pelayanan, apakah anda merasa ada perlakuan beda antara konsumen satu dengan yang lain?	Tidak ada, semua diperlakukan sama	Dari yang saya alami biasa-biasa saja

Pada wawancara awal kepada pemilik *Counter Mulyajaya Cell*, beliau menyatakan bahwa sudah menerapkan jual belinya seperti melayani konsumen dengan sopan santun, ramah, melayani konsumen dengan baik, mempermudah pelayanan melalui via *online* dengan cara mengorder lewat *whaatshaap* yang nantinya bila sudah selesai disiapkan pihak karyawan memberikan kabar jika

orderannya sudah selesai maka konsumen akan mengambil orderan tanpa menunggu lama dan selalu tanggap memberikan respon. Namun berdasarkan fenomena yang terjadi terdapat beberapa konsumen merasa tidak dilayani dengan baik melalui via *online*. Hal ini berbanding terbalik dengan pernyataan yang di nyatakan oleh pemilik Mulyajaya *Cell*.

Data tersebut menandakan bahwa ada permasalahan dalam berkurangnya pelanggan yang berbelanja di *Counter* mulyajaya *Cell* yang membuat penurunan penjualan dan membuat target yang ditetapkan oleh owner Mulyajaya *Cell* tidak dapat terealisasi dengan baik. Hal ini secara tidak langsung membuktikan bahwa kurangnya minat konsumen untuk membeli di *Counter* mulyajaya *Cell* yang menyebabkan target penjualan tidak tercapai. Dari hasil observasi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa didalam pelaksanaannya, strategi bauran pemasaran dan kualitas pelayanan pada penjualan yang dilakukan oleh *Counter* Mulyajaya *Cell* belum dikatakan berhasil karena meskipun telah menerapkan strategi bauran pemasaran dan kualitas pelayanan yang terarah tapi belum menunjukkan hasil yang optimal.

Berdasarkan analisa, maka peneliti perlu untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Pada Penjualan Di *Counter* Mulyajaya Metro Timur”**.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi pada *Counter* Mulyajaya *Cell* adalah penurunan penjualan pada tahun 2019 dan 2021 akibat kurang optimalnya strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Maka dari itu hal ini sangat penting untuk menerapkan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan melalui *marketing mix* serta memberikan dimensi kualitas pelayanan guna meningkatkan usahanya. Berdasarkan pada uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan penjualan di *counter* mulyajaya *cell* ?
2. Bagaimana kualitas pelayanan pada penjualan di *counter* mulyajaya *cell* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan penjualan di *counter* mulyajaya *cell* .
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada penjualan di *counter* mulyajaya *cell*.

D. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi pada *counter* mulyajaya *cell* yang beralamat di Jl.Ki Hajar Dewantara Iringmulyo No.15a Kecamatan Metro Timur.