

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum tujuan dari perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimum sehingga perusahaan dapat terus berkembang. Penerapan strategi pemasaran dalam perusahaan sangat berpengaruh dalam kinerja perusahaan yang bersangkutan oleh karena itu. Pemasaran sebaiknya tidak hanya mengerti apa yang diinginkan oleh para pelanggan saja, tetapi juga keinginan atau kebutuhan konsumen akhir.

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan dalam mencapai tujuan. Kadang langkah yang harus dihadapi tentu memiliki tantangan, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Di samping itu, banyak rintangan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Sehingga setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati serta terarah. Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan sangat ditentukan oleh bagaimana cara yang dikembangkan perusahaan untuk dapat bersaing dalam merebut konsumen dengan penerapan strategi pemasaran yang efektif. Apabila tidak menerapkan strategi yang baik maka hasil yang didapatkan tidak akan memuaskan sesuai harapan.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran suatu kebijakan serta aturan yang memberi arahan kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu. Pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Karena sebab itu, ketepatan dalam memilih strategi yang digunakan dapat berpengaruh cepat atau lambatnya perusahaan dalam mencapai tujuan yang ditargetkan.

Pemasaran merupakan suatu proses sosial serta manajerial dimana pribadi maupun organisasi memperoleh tujuan yang diinginkan serta dibutuhkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lainnya. Dengan pemasaran produk yang baik tentunya akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Jika sudah dijalankan maka akan dapat dipastikan perusahaan tentunya mendapatkan laba yang maksimal, kemudian jika pemasaran suatu produk yang dilakukan tidak optimal dan kurang tepat maka akan terjadi penurunan suatu penjualan yang tentunya dapat memberikan dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut.

Industri kecil dan rumah tangga sendiri merupakan salah satu bagian yang memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat. Untuk menumbuh kembangkan industri kecil dan rumah tangga ada beberapa alasan yang melandasi antara lain, industri kecil dan rumah tangga kerja yang mendorong industri rumah tangga menjadi lebih intensif dalam memanfaatkan sumber daya alam lokal. Apalagi karena lokasinya berada di perdesaan, pertumbuhan industri rumah tangga menimbulkan dampak positif bagi masyarakat dan pembangun ekonomi perdesaan.

Banyak manfaat dan keutamaan yang dapat diperoleh dari industri rumah tangga, dalam skala makro industri rumah tangga adalah salah satu utama pendukung kekuatan perekonomian suatu negara, industri rumah tangga secara langsung mengurangi pengangguran di perdesaan, mempercepat siklus pemutaran uang dalam suatu komunitas masyarakat yang berarti memicu laju pertumbuhan pendapatan negara, memperpendek kesenjangan sosial sekaligus mengurangi dampak kriminalitas yang mungkin di timbulkannya. Pada umumnya di Indonesia tanaman pisang tumbuh secara sendirinya di pekarangan rumah atau kebun.

Pisang sering kita temui dimana saja apa lagi pisang salah satu jenis buah-buahan yang memiliki nilai yang ekonomis tinggi dan mempunyai peluang usaha yang menjanjikan, namun pemanfaatan buah pisang sebagian besar masih di konsumsi dalam bentuk segar tidak di imabangi dengan kualitas yang baik. Pengelolaan pisang menjadi produk olahan yang dapat meningkatkan keragaman dalam meningkatkan pemasaran untuk buah pisang segar atau produk olahan. Produk olahan yang dihasilkan buah pisang diantaranya : kripik pisang, sale pisang dan kripik sale, bolu pisang. Karena dalam pengelolaan yang cukup singkat dan tidak memerlukan orang kerja yang banyak. Persediaan sesuai pisang kripik sale sendiri cukup memadai olahan hasil pertanian, salah satunya industri pengelolaan pisang sale di kecamatan bumi agung adalah usaha *kripik sale* "SAKHI" marga mulya. Untuk olahan ini sendiri sangat sudah tidak asing di masyarakat marga mulya.

Rencana yang di gunakan dalam menjalankan usaha dalam bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan perusahaan untuk pemasarannya. Dalam strategi pemasaran yang dimaksud adalah strategi tentang yaitu : produk, *price*, *packaging*, *promosi* dan *people*. Industri rumah tangga "SAKHI" menggunakan

media sosial seperti *whatsaap*, *facebook* pasar dan warung-warung terdekat agar dapat meningkatkan volume penjualan. Produk kripik sale yang di tawarkan pada konsumen di tengah persaingan penjualan produk yang lainnya demikian ketat, perusahaan perlu selalu menjaga kualitas produk, karena agar konsumen selalu merasa puas dan senang jika produk yang mereka beli sesuai dengan keinginan.

Manfaat teknologi dalam memasarkan produk dengan menggunakan marketing online, memudahkan untuk membagikan produk atau gambar dengan promosi seakan-akan antara pembeli dan penjual tidak di batasi oleh waktu dan tempat, transaksi bisa dilakukan dengan cukup mudah menggunakan *handpone*, misalnya penjualan melalui *whatsapp* dengan cara membagikan produk berupa gambar kripik sale, setelah itu jika ada konsumen yang ingin bertanya mengenai seklilas produk tersebut bisa langsung hubungi penjual. Karena promosi yang dilakukan dengan efektif akan mampu membawa pelanggan tertarik dengan produk yang kita tawarkan.

Permasalahannya suatu usaha pasti membutuhkan pengelolaan manajemen yang baik sehingga usaha tersebut dapat di katakan sehat. Pengelolaan yang baik dan benar akan membantu pemilik usaha mengetahui tingkat kemajuan maupun kemunduran suatu usaha yang dijalankan. Namun berdasarkan survei awal perusahaan ini memiliki struktur organisasi yang begitu sederhana, tenaga kerja yang tidak begitu banyak mengakibatkan pembagian kerja menjadi terbatas, hal ini bertolak belakang dengan sehatnya suatu usaha maupun secara organisasi. Selain itu terdapat kekurangan dalam kesehatan administrasi usaha, sehingga perusahaan ini tidak melakukan perhitungan keseluruhan biaya yang dikeluarkan seperti bahan baku, pengemasan, hingga tenaga kerja. Sehingga hal ini menyebabkan pemilik agro industri tidak mengetahui total biaya pengeluaran dan pendapatan bersih yang mereka peroleh.

Jumlah penjualan di industri rumah tangga kripik sale "SAKHI" dalam 3 tahun berikut ini merupakan tabel tingkat penjualan produk di desa marga mulya.

Table 1. Data Hasil Penjualan di Industri Rumah Tangga SAKHI 2020-2022

Bulan	Penjualan dalam 3 tahun		
	2020 (Pcs)	2021 (Pcs)	2022 (Pcs)
Januari	167	200	211
Febuari	190	224	136
Maret	198	252	179
April	202	252	235
Mei	231	310	274
Juni	330	300	173
Juli	226	290	188
Agustus	225	292	210
September	170	260	174
Oktober	165	292	168
Noember	156	254	188
Desember	297	220	298
Total	2.557	3.146	2.434

Sumber: data kripik sale sakhi 2020-2022

Berdasarkan data diatas dapat dilihat tingkat penjualan kripik sale sakhi dari tahun ketahun tidak setabil dari tahun 2020 ke 2021 mengalami kenaikan pada penjualan tetapi ditahun 2022 menunjukan bahwa ada permasalahan volume penurunan penjualan yang di sebabkan karena banyaknya pesaing dalam penjualan kripik sale dan strategi pemasaran yang masih kurang dilakukan Industri Rumah Tangga Kripik Sale Sakhi sehingga penjualan keripik sale menurun. Strategi pemasaran harus diterapkan dengan baik dan benar guna mencapai peningkatan volume penjualan dimana perusahaan harus bisa memperkuat lagi untuk menggunakan media sosial agar menarik perhatian para konsumen melalui produk yang ditawarkan ini dapat dilakukan dengan whatsapp, facebook, instragram, shoppe. maka dari itu penaliti ingin meneliti bagaimana strategi perusahaan ini bisa meningkatkan volume penjualan kembali setelah mengalami penurunan volume penjualan. Maka dari itu peneliti melihat bahwa masalah ini penting karna strategi pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam sebuah perusahaan salah satu nya dalam meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Industri Rumah Tangga Kripik Sale “SAKHI” di Desa Marga Mulya

B. Rumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi di kripik sale sakhi adalah naik turunnya penjualan di tahun 2020 dan 2022 karena banyaknya pesaing dalam penjualan kripik sale sakhi dan strategi pemasaran yang masih kurang dilakukan sehingga penjualan kripik sale sendiri naik turun. Berdasarkan pada uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan volume penjualan industri rumah tangga kripik sale sakhi desa Marga Mulya?
2. Apa saja kendala dalam usaha meningkatkan volume penjualan industri rumah tangga kripik sale sakhi di desa Marga Mulya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan volume penjualan industri rumah tangga kripik sale sakhi di desa Marga Mulya.
2. Untuk mengetahui kendala dalam usaha meningkatkan volume penjualan industri rumah tangga kripik sale sakhi di desa Marga Mulya.

D. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi pada kripik sale “SAKHI” yang beralamat di Desa Marga Mulya, Kecamatan Bumi Agung, Kabupaten Lampung Timur.