

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha khususnya dibidang bahan bangunan semakin berkembang pesat seiring dengan perkembangan kemajuan perekonomian masyarakat, hal ini membawa dampak terhadap pembangunan khususnya sub sektor pembangunan perumahan. Kebutuhan terhadap pembangunan perumahan yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, baik meningkatnya usaha perumahan atau rumah pribadi membuat usaha toko bangunan pun menjadi berkembang dengan pesat.

Peluang bisnis usaha toko bangunan saat ini sangat berkembang dikarenakan tingginya kebutuhan bahan bangunan. Seperti halnya pada toko sumber tani yang menjadi salah satu supplier bahan bangunan yang fokus menyediakan berbagai perlengkapan alat dan bahan baku. Toko sumber tani selalu menerima permintaan konsumen setiap harinya, tingginya permintaan konsumen terhadap bahan baku bangunan membuat toko sumber tani selalu menyediakan stok barang yang cukup banyak di gudang.

Tingkat persaingan pun menjadi semakin meningkat pada usaha bangunan, dalam suatu daerah terdapat beberapa jenis usaha sejenis, sehingga membuat konsumen memiliki banyak pilihan sebagai tempat untuk membeli bahan bangunan. Ketatnya persaingan membuat para pelaku usaha harus memiliki strategi khusus guna mampu menarik konsumen agar dapat menjadi suatu usaha yang terus berkembang. Didalam menjalankan usaha, memperhatikan bagaimanna

strategi yang digunakan menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan agar konsumen memutuskan untuk berbelanja.

Pemasaran adalah serangkaian aktivitas strategi dan manajerial untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan menukarkan penawaran yang bernilai kepada konsumen. Dalam menjalankan pemasaran, konsumen harus dibuat tertarik dengan produk atau tempat usaha sehingga konsumen memutuskan pembelian dan secara otomatis akan meningkatkan penjualan, didalam memasarkan produk usaha, pelaku usaha harus memiliki strategi khusus yang berbeda bila dibandingkan dengan tempat usaha lainnya.

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan penting merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi, Dengan menerapkan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau di pertahankan.

Strategi pemasaran terdapat istilah Bauran Pemasaran (Bauran pemasaran). Bauran Pemasaran merupakan cara dimana pengusaha dapat mempengaruhi konsumennya yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang konkret. Untuk keperluan tersebut pengusaha dapat melakukan tindakan-tindakan yang terdiri dari 4 macam, yaitu tindakan mengenai produk (*product*), harga (*price*), distribusi atau penempatan produk (*place*), dan promosi (*promotion*).

Fenomena bauran pemasaran pada toko bangunan sumber tani yaitu strategi pemasaran belum dioptimalkan dengan baik, sehingga masih banyak konsumen yang belum mengetahui secara keseluruhan bagaimana produk yang tersedia disana, kurangnya strategi pemasaran membuat tingkat penjualan pada sumber tani menjadi tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Untuk meningkatkan penjualan, pelaku usaha dapat menerapkan bauran pemasaran yaitu dengan menerapkan bauran pemasaran yang mengutamakan 4p yaitu *product, price, place* dan *promotion*.

Produk merupakan segala sesuatu yang tersedia dan untuk diperjual belikan, produk yang bervariasi akan meningkatkan tingkat penjualan konsumen. Untuk itu menjadi usaha dengan produk yang lengkap harus menjadi perhatian para pelaku usaha, peneliti menilai bahwa pada toko bangunan sumber tani tingkat kelengkapan produk masih belum sepenuhnya maksimal, masih terdapat konsumen yang datang tetapi tidak jadi melakukan pembelian dikarenakan barang yang dicari tidak tersedia. Hal ini tentu saja memperlihatkan masih terdapat permasalahan mengenai produk yang tersedia.

Harga merupakan faktor utama konsumen saat akan memutuskan peningkatan penjualan, harga menjadi tolak ukur konsumen untuk melakukan pembelian, peneliti menilai bahwa pada toko bangunan sumber tani harga menjadi salah satu hal yang dinilai oleh konsumen, masih terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa harga pada toko bangunan sumber tani lebih masih lebih mahal bila dibandingkan dengan toko bangunan lainnya. Hal ini membuat

konsumen memberikan keluhan dan kritikan kepada toko bangunan sumber tani mengenai harga.

Promosi juga merupakan hal yang menarik perhatikan konsumen pada saat berbelanja, promosi digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang tersedia, semakin baik promosi maka akan semakin baik pula pengetahuan konsumen tentang tempat usaha, peneliti menilai bahwa tingkat promosi yang dilakukan toko bangunan sumber tani masih belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari system belanja yang dilakukan hanya secara langsung dikarenakan toko bangunan sumber tani tidak melakukan promosi produk secara online.

Pemilihan lokasi yang baik merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang. Lokasi merupakan tempat, kedudukan secara fisik yang memiliki fungsi strategis yang menentukan tercapainya tujuan dari suatu usaha. Dengan pemilihan lokasi yang strategis tentu pendistribusian barang kepada konsumen akan lebih efektif dan efisien. Peneliti menilai bahwa toko bangunan sumber tani terletak diwilayah yang strategis akan tetapi lokasi parkir yang kurang luas mengakibatkan tingkat kerapian pada saat parkir mengganggu kenyamanan konsumen pada saat berbelanja.

Dari penjabaran fenomena diatas, maka penelit itertarik untuk melakukan penelitian dengan judul“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP

PENINGKATAN PENJUALAN PADA TOKO BANGUNAN SUMBER TANI SIMPANG SUKA JADI”.

B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan agar lebih terarah maka penulis membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Bangunan Sumber Tani Simpang Suka Jadi

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Secara parsial apakah *product* berpengaruh terhadap Peningkatan penjualan pada Toko bangunan sumber tani?
2. Secara parsial apakah *price* berpengaruh terhadap Peningkatan penjualan pada Toko bangunan sumber tani?
3. Secara parsial apakah *promotion* berpengaruh terhadap Peningkatan penjualan pada Toko bangunan sumber tani?
4. Secara parsial apakah *place* berpengaruh terhadap Peningkatan penjualan pada Toko bangunan sumber tani?
5. Secara simultan apakah *product*, *price*, *promotion* dan *place* berpengaruh terhadap Peningkatan penjualan pada Toko bangunan sumber tani?

C. Tujuan penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui secara parsial apakah *product* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada toko bangunan sumber tani
2. Untuk mengetahui secara parsial apakah *price* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada toko bangunan sumber tani
3. Untuk mengetahui secara parsial apakah *promotion* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada toko bangunan sumber tani.
4. Untuk mengetahui secara parsial apakah *place* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada toko bangunan sumber tani
5. Untuk mengetahui secara simultan apakah *product*, *price*, *promotion* dan *place* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada toko bangunan sumber tani

D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi memberikan sumbangan konseptual dalam rangka mengembangkan penelitian khususnya manajemen pemasaran.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan acuan didalam melakukan penelitian selanjutnya, baik dari segi penulisan maupun isi penelitian guna meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang.