### **BAB 1**

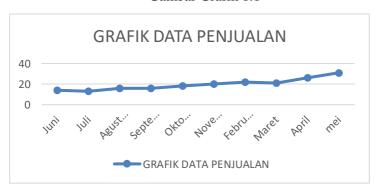
#### PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Seorang pengusaha akan berusaha untuk memenangkan persaingan dan menjadi yang terbaik, oleh sebab itu harus menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang (kotler, 2002) Salah satu tujuan mendirikan usaha adalah untuk mencari keuntangan atau laba. Pemasaran dalam suatu usaha merupakan hal yang sangat penting. Pemasaran dapat di definisikan sebagai kegiatan manajerial dan di dalam kegiatan itu ada individu maupun kelompok yang akan mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan (needs and dengan kegiatan wants), mempertukarkan produk menawarkan pada pihak lain (aulia, 2013). Pemasaran merupakan kegiatan antara manajerial dan seni untuk menjual produk, diperlukan sebuah strategi untuk menjaring pangsa pasar. (kotler, 2002)menjadi seorang pengusaha yang terbaik, harus menguasai dan dapat memenangkan persaingan yaitu dengan bagaimana menampilkan hal yang terbaik dari produknya untuk memenuhi selera dan keinginan dari konsumen Salah satu strategi yaitu dengan pelayanan yang ramah dan memuaskan konsumen akan produk yang ditawarkan (Forijati, 2019). Analisis tentang pemasaran akan berguna untuk mengetahui kekuatan dan suatu usaha, sehingga pengusaha dapat kelemahan dari memperbaiki kelemahan dan mampu mempertahankan usahanya dengan kekuatan yang dipunyai. Oleh sebab itu berbagai teori tentang pemasaran dengan strateginya yang dikenal dengan bauran pemasaran atau marketing mix.

Bengkel las WP WORKS merupakan bengkel las yang bergerak di bidang jasa, dan juga salah satu Bengkel las kreatif yang mampu membuat produk kreatif rak bunga yang mempunyai prospek cerah didalam unit usahanya. Perlu diadakannya pengkajian terhadap efektivitas volume penjualan yang berfungsi sebagai pedoman menggunakan variabel-variabel didalam pemasarannya, sehingga perusahaan dapat mengatur serta mengendalikan suatu kegiatan pemasaran tersebut secara optimal. Produk yang dihasilkan merupakan produk kreatif yang mempunyai atau memiliki konsumen potensial, memiliki pangsa pasar yang luas, serta persaingan yang sangat ketat maka penentuan bauran pemasaran dengan strategi yang tepat karna sangat berperan penting peranannya dalam peningkatkan volume penjualan produk kreatif rak bunga yang di produksi Bengkel las WP WORKS.

Berdasarkan data penjualan yang di peroleh dari tim marketing di bengkel las WP WORKS, volume penjualan rak bunga dari bulan juni hingga mei mengalami peningkatan, hal ini menunjukan bahwa produk kreatif rak bunga yang di hasilkan sangatlah bagus. Berikut adalah grafik data penjualan produk kreatif rak bunga yang di buat bengkel las WP WORKS dari bulan juni hingga mei.



Gambar Grafik 1.1

Sumber Data: Bengkel Las WP Works.

Dari grafik diatas, dapat dilihat bahwa dalam periode 10 bulan teakhir yaitu pada bulan juni hingga mei jumlah penjualan

rak bunga pada bengkel las wp works mengalami kenaikan yang cukup segnifikan perbulannya, dapat dilhat bahwa pada bulan juli yang sebelumnya mengaalami penurunan terjadi kenaikan penjualan pada bulan agustus, kemudian pada bulan September yang sebelumnya mengalami penurunan. Bulan berikutnya yaitu februari terjadi kenaikan yang stabil, yang artinya penjualan rak bunga ini meningkat cukup baik. Pada bulan berikunya yang sebelumnya pada bulan maret terjadi sedikit penurunan, kemudian pada bulan terkhir yaitu bulan mei terjadi peningkatan yang cukup segnifikan dari bulan sebelumnya. Berdasarkan dari data grafik penjualan rak bunga pada bengkel las wp works dari bulan juni hingga mei cenderung mengalami peningkatan penjualan.

Menyusun dan menetapkan strategi pemasaran yang tepat merupakan taktik yang menentukan guna menghadapi persaingan yang ketat saat ini. Menghadapi kenyataan ini maka pihak perusahaan harus mampu menentukan strategi tersebut dapat berupa perluasan pasar, promosi, penetapan harga dan penentuan persediaan agar semakin giat memudahkan kreasi dengan menawarkan desivirkasi produk rak bunga yang bervariasi pada masyarakat, serta memberikan pelayanan yang memuaskan, untuk terus mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar yang memadai dapat tercapai.

Mengatasi persaingan-persaingan tersebut, maka persuhaan harus dapat membuat program yang tepat, yang mana di dalam meletakkan program tersebut adalah merupakan penyusunan kebijakan dan strategi yang harus ditempuh oleh suatu perusahaan. Sehingga perusahaan tersebut mampu mengatasi persaingan yang ada terhadap perusahaan yang sejenis.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti hendak menguji dan bisa menyimpulkan pokok permasalahan yang akan di teliti, antara lain:

- Bagaimana cara strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan rak bunga di Bengkel las WP WORKS.
- 2. Bagaimana upaya menetukan variabel yang paling mempengaruhi panjualan rak bunga di Bengkel las WP WORKS

## 1.3 Tujuan Penelitian

- 1. Untuk mengetahui pengaruh marketing mix terhadap peningkatan volume penjualan rak bunga di Bengkel las WP WORKS.
- 2. Untuk mengetahui variabel yang paling mempengaruhi penjualan rak bunga di Bengkel las WP WORKS.

### 1.4 Manfaat Penelitian

- 1. Dapat diketahui pengaruh marketing mix terhadap peningkatan volume terhadap penjualan rak bunga di Bengkel las WP WORKS.
- 2. Dapat diketahui variabel yang paling mempengaruhi rak bunga di Bengkel las WP WORKS.

# 1.5 Sitematika Penyusunan

Sistematika penyusunan adalah suatu yang sangat diperlukan dalam pembuatan Proposal Skripsi. Karena sistematika penyusunan memuat seluruh isi laporan yang dilaksanakan secara berurutan sehingga dapat memperlihatkan masalah yang akan dipaparkan. Untuk menghasilkan suatu penyusunan laporan Proposal Skripsi yang sistematis, maka penyajian sistematika laporan adalah sebagai berikut :

### 1. BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan tentang hal-hal yang mendorong atau hal-hal yang melatarbelakangi pentingnya dilakukan penelitian tersebut. Komponen-komponen dalam bab ini diantaranya latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan.

### 2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari 3 sub-bab besar yakni, penelitian terkait, landasan teori dan kerangka teori. Dalam bab ini menjelaskan tentang referensi penelitian terkait,teori yang digunakan serta dikembangkan dan kerangka teori yang diterapkan selama penelitian.

### 3. BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan gambaran umum perusahaan tempat penyusun melakukan penelitian, yaitu mengenai sejarah singkat perusahaan, visi dan misi serta nilai-nilai perusahaan, struktur organisasi perusahaan, tenaga kerja, penyajian proses produksi, alur proses produksi dan peta kerja. Menggambarkan dan menjelaskan Kerangka Pemikiran, teknis metode penelitian, model sistem pengendalian, analisa data pengendalian persediaan penyajian data dan diagram alir penelitian.

### 4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai analisa hasil perhitungan berdasarkan penerapan metode *marketing mix 7P* mulai dari pengumpulan data,pengolahan data dan analisis data.

### 5. BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab yang berisikan kesimpulan hasil analisa *marketing mix 7P* dan perbandingan dengan kebijakan perusahaan, serta dilengkapi pula dengan saran-saran dari penulis untuk mengembangkan penelitian ini.