

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Tingkat persaingan dunia usaha di era globalisasi saat ini sangat ketat, hal ini dapat diketahui karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat merebut *market share*. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangkan persaingan. serta tujuan dan perusahaan tersebut dapat tercapai (Lupiyoadi, 62:2004).

Setiap produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan selalu terdapat diferensiasi yang menjadi ciri atau karakteristik produk bagi perusahaan tersebut. Unsur - unsur produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Unsur-unsur produk tersebut diantaranya meliputi harga, kualitas produk, jaminan (garansi). dan keandalan produk serta tampilan produk tersebut (Sutisna,46:2001). Ketika konsumen membeli produk, hal utama yang menjadi pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian adalah merek dan harga (Lupiyoadi, 62:2004). Merek menjadi rujukan bagi konsumen karena merek menunjukkan kualitas produk yang akan dibeli. Sedangkan faktor harga. merupakan faktor selanjutnya yang menjadi pertimbangan konsumen.

Kualitas produk dan harga merupakan hal yang paling berpengaruh karena kualitas produk akan memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi

konsumen. Sedangkan harga akan menjadi salah satu pilihan konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Produk dengan harga yang lebih murah, fasilitas yang mudah didapatkan dan murah akan lebih diminati masyarakat (Husein Umar,37:2002)

Perusahaan yang mampu meluncurkan produk dengan kualitas yang baik maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Apalagi perusahaan itu telah dikenal oleh masyarakat. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mampu bersaing dalam mempertahankan industri mereka. Dalam hal ini ada faktor yang perlu diperhatikan yaitu faktor kualitas. Hal ini juga dapat dilihat pada industri tas di Desa Curahmalang. Tas merupakan produk yang sangat digemari di kalangan masyarakat Indonesia khususnya kaum wanita. Akan tetapi tas juga beragam jenisnya. Ada tas yang digunakan untuk fashion ada juga yang dibutuhkan untuk acara syukuran, hajatan maupun souvenir. Disini peneliti akan meneliti tentang industri tas yang digunakan untuk acara syukuran, hajatan dan souvenir. Dalam memproduksi tas, ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan yaitu kualitas produk dan harga.

UD.Dua Putra merupakan salah satu *home industry* yang ada di Desa Curahmalang Kec.Sumobito yang memproduksi tas yaitu berupa tas dipergunakan untuk hajatan maupun souvenir. Dimana perusahaan tersebut memiliki suatu kelebihan yaitu berupa kualitas produk atau keunikan dan mempunyai harga yang terjangkau dibandingkan dengan *home industry* tas lainnya yang ada di Desa Curahmalang. Dengan hal tersebut dapat menarik

minat beli masyarakat dan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan produksi tas yang dihasilkan oleh *home industry* tas UD. Dua Putra.

Berdasarkan hal tersebut di atas salah satu yang paling menarik untuk diamati adalah tentang bagaimana cara sebuah perusahaan menjalankan strategi pemasarannya. Strategi pemasaran bertujuan untuk mengetahui kelompok konsumen eksternal organisasi dimana didalamnya terdapat segmen pasar yaitu sub kelompok pembeli dalam pasar. Kebutuhan dan kegunaan pembeli serta tanggapan terhadap usaha-usaha pemasaran sebuah segmen hampir sama dan berbeda diantara segmen. Keanekaragaman kebutuhan dan kegunaan pembeli lebih menunjukkan peluang dari pada ancaman. Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis dan produk substitusi, maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik. Supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain.

Perusahaan yang dijalankan mempunyai tujuan yang ingin dicapai, yaitu memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan biaya seminim mungkin. Untuk mencapai tujuan tersebut berbagai cara perlu ditempuh diantaranya melalui strategi pemasaran. Dalam pelaksanaan pemasaran di perusahaan, secara teori akan terdapat strategi pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu price, product, promotion, place yang nantinya akan memiliki arti penting dalam kaitannya dengan keuntungan yang diterima perusahaan. Keberhasilan perusahaan harus diawali dengan keberhasilan pemasaran, tentunya akan berimbas langsung pada keuntungan yang diperoleh perusahaan (Kotler,

1997:214). Empat kegiatan ini perlu dikombinasikan dan dikoordinir agar perusahaan dapat melakukan tugas pemasaran seefektif mungkin. Namun perusahaan dapat melakukan tugas menetapkan kebijakan produk, harga, dan promosi yang tepat dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang cukup baik maka akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Jika itu sudah terjadi maka dapat dipastikan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal.

Oleh karena itu, maka perlu diketahui sampai seberapa besar atau seberapa jauh pengaruh efektifitas strategi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan. Berdasarkan uraian di atas, maka akan dilakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul: **“EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN MELALUI KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN DI HOME INDUSTRY TAS UD.DUA PUTRA DI CURAHMALANG SUMOBITO.”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran melalui kualitas produk dan harga yang dilakukan oleh UD. Dua Putra di Desa Curahmalang?
2. Apakah efektifitas strategi pemasaran dapat meningkatkan volume penjualan pada *Home Industry* kerajinan tas UD. Dua Putra di Desa Curahmalang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran melalui kualitas harga dan produk yang dilakukan oleh UD. Dua Putra.
2. Untuk menganalisis apakah efektivitas strategi pemasaran dapat meningkatkan volume penjualan pada *Home Industry* tas UD. Dua Putra di Desa Curahmalang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi *Home Industry* tas UD. Dua Putra penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk menetapkan strategi kualitas produk dan harga yang tepat.
2. Bagi peneliti diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan di bidang strategi pemasaran.