

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai kegiatan terhadap perkembangan usahanya sendiri. Begitu pula dengan usaha “Good.Dear” yang bergerak dalam bidang usaha kuliner khususnya minuman, yang merupakan menjadi kebutuhan pokok manusia. Aspek pemasaran merupakan salah satu bagian dari perusahaan yang paling menentukan keberhasilan. Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan, baik perusahaan industri, perusahaan jasa (*service*), maupun perusahaan perantara (*distributor*). Perusahaan tidak akan mampu bersaing apalagi tumbuh dan berkembang apabila bidang pemasaran tidak mampu melaksanakan fungsinya dengan efektif dan efisien.

Konsumen memiliki banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya terlihat dari segi produk yang beraneka ragam, apakah itu model, harga, kualitas dan kuantitas yang didukung dengan kemajuan bidang transformasi dan informasi yang akan menghilangkan jarak dan batas-batas antara daerah dan negara. Hal ini membuat semakin banyaknya perusahaan yang masuk ke pasar guna merebut pasar dan semakin memanjakan konsumen. Tidak semua perusahaan berhasil dalam bersaing dan menguasai pasar sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Masalah dominan yang dihadapi perusahaan adalah keterbatasan dan kurang kemampuan perusahaan untuk memberikan kepuasan yang diharapkan oleh konsumennya. Realita membuktikan para konsumen sangat sulit untuk dipuaskan. Konsumen (pelanggan) harus dipuaskan karena mereka akan meninggalkan perusahaan dan akan menjadi pelanggan pihak pesaing. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan usahanya secara maksimal dengan memberikan produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, serta pelayanan (*service*) yang baik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Setiap perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para konsumennya dengan memberikan pelayanan (*service*) yang lebih baik daripada pelayanan (*service*) yang diberikan perusahaan pesaing. Setiap perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para konsumen, disamping mampu mempertahankan konsumen yang lama untuk terus membeli produk yang ditawarkan, serta akan mampu pula untuk menarik calon konsumen baru. Produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk dapat dipercaya oleh konsumen dan sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Sementara harga merupakan pengorbanan riil yang harus diberikan konsumen untuk memperoleh suatu produk.

Begitu pula dengan usaha “Good.Dear” yang saat ini masih berupaya untuk dapat meningkatkan pelayanan dan kualitas yang baik untuk konsumen. Di kota Gresik banyak sekali perusahaan-perusahaan yang menjalankan usaha penjualan dengan mengutamakan pelayanan kepada konsumen. Sehingga, penulis melihat

kenyataan ini merasa tertarik untuk mengadakan penelitian pada usaha “Good.Dear” terhadap cara pemasarannya agar meningkatkan penjualan.

1.2 Permasalahan

Bagaimana aspek pemasaran yang dapat dilakukan perusahaan “Good.Dear” yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*) dalam meningkatkan penjualannya ?

1.3 Tujuan

Untuk memberi pemahaman tentang beberapa aspek dalam pemasaran yang bisa membantu memperlancar dan menyukkseskan kegiatan berwirausaha seorang wirausaha

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Hari / Tanggal : Senin, 21 Maret – Sabtu, 30 april 2016

Waktu : 17.00 – 22.00 WIB

Tempat : Gerai minuman es gudir + susu UHT “Good.Dear”

- Booth Pusat : Jalan Kalimantan No.98 GKB - Gresik
- Cabang 1 : Jalan Pahlawan No.27 Gresik
(Alfamidi Pahlawan)
- Mitra 1 : Jalan Raya PPS No.62 Gresik