

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia industri mengalami perkembangan di era Globalisasi seperti saat ini Teknologi telah mendorong seleksi alamiah yang mengarah kepada yang terkuat akan bertahan dan yang lemah akan tergerus oleh arus perubahan keberhasilan pasar akan didapat oleh perusahaan yang mampu menyesuaikan dengan kemajuan jaman, persaingan saat ini menuntut sebuah usaha untuk dapat menghasilkan produk yang bermutu, pengiriman tepat waktu, layanan cepat, penjualan yang memuaskan serta harga bersaing dengan produk sejenis serta kepekaan dalam menangkap peluang yang dibutuhkan oleh pasar, hal tersebut sangat diperlukan untuk menentukan keberhasilan suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan keunggulan manajemen perusahaan yang baik untuk mengelola bisnis secara sistematis dan terstruktur dengan baik. Terjadinya persaingan dalam dunia bisnis tidak dapat dihindari dan kualitas produk akan menentukan siapa yang akan bertahan dalam era persaingan.

Keberhasilan dalam dunia bisnis tidak terlepas dari bagaimanapun cara kita untuk memasarkan produk kita agar dikenal setiap orang semakin sering kita melakukan promosi maka kemungkinan tingkat keberhasilan akan semakin besar membangun sebuah produk dikalangan masyarakat secara tidak langsung akan mempengaruhi jumlah penjualan dari produk tersebut, menurut Stanton (2007:15) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan

dari kegiatan kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun yang potensial. dunia bisnis saat ini menghadapi tiga tantangan diantaranya yaitu: globalisasi, kemajuan teknologi dan deregulasi, seorang tenaga pemasaran harus memiliki kemampuan dalam mempengaruhi setiap calon konsumen agar tertarik kepada produk yang mereka akan tawarkan, selain itu di era globalisasi tenaga pemasaran harus mampu mengimbangi perkembangan teknologi yang semakin pesat akan membuat persaingan dalam pemasaran akan semakin ketat dan mereka yang terlambat berkembang akan kalah bersaing dengan perusahaan lain.

Perusahaan berlomba lomba untuk merebut pangsa pasar yang semakin luas agar dapat terus bertahan di era seperti saat ini, tidak terkecuali dalam hal mengkonsumsi suatu produk yang dulu hanya mampu dijangkau oleh kalangan masyarakat kalangan menengah keatas namun saat ini perusahaan juga fokus menyasar masyarakat dengan tingkat perekonomian menengah kebawah hal itu dilakukan akan perusahaan tetap eksis dan mampu meraih semua segmen pasar untuk meningkatkan jumlah penjualan dalam perusahaan tersebut

Secang atau **sepang** anggota suku polong-polongan yang dimanfaatkan (kulit kayu) dimanfaatkan (kulit kayu) dan (kayunya) sebagai perdagangan rempah-rempah. Kayu secang sering diolah menjadi minuman wedang secang atau teh secang oleh orang-orang Jawa. Selain untuk menghangatkan tubuh, wedang secang ternyata menyimpan segudang khasiat sehat lainnya. Kandungan bahan aktif dalam kayu secang dipercaya dapat mengobati berbagai penyakit, seperti diabetes, penyakit kulit, diare, disentri, hingga (detox) atau pengeluaran racun-racun yang ada di dalam tubuh.

UD.NATA adalah salah satunya perusahaan yang mengolah kayu secang menjadi the secang. teh secang adalah the yang terbuat dari kayu secang yang di padukan dengan the

hitam dari JAWA TENGAH kemudian dicampur beberapa tanaman herbal dan jadilah minuman yang kita kenal sebagai teh secang yang bisa di hidangkan dengan keadaan dingin dan panas, namun yang menjadi pembeda dari yang lain adalah resep yang di wariskan turun temurun sejak tahun 1908 sehingga menciptakan aroma & rasa yang khas dan nikmat untuk di sajikan.

Segmen pasar teh secang k,disya kelas ekonomi kebawah maupun menengah ke atas. aman dan banyak manfaat luarbiasa yang terkandung di dalamnya. teh secang k,disya bisa dinikmati semua kalangan karena kandungan dalam teh secang menggunakan bahan-bahan alami tanpa bahan pengawet,pewarna buatan sehingga tidak bisa bertahan lama maksimal 3 hari dan itu langsung ganti tanpa mengurangi kualitas teh secang yang di sajikan kembali.

Demikian halnya dengan perusahaan UD.NATA juga tidak mau ketinggalan dengan perkembangan zaman yang semakin canggih sehingga pemasarannya sudah menggunakan media online. Untuk dapat meningkatkan penjualannya banyak cara yang terus dilakukan oleh pemilik. Berikut ini cara-cara pemasaran di perusahaan tersebut:

1. Promosi *online* (sosial media), seperti, *Whatsapp, Instagram, dan Facebook*.
2. Promosi offline diantaranya : Pembagian brosur yang disimpan didalam

Upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Strategi Pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa.

Perbedaan produk minuman herbal teh secang UD.NATA BANGKALAN dengan produk minuman herbal lainnya adalah kandungan yang terdapat di dalamnya lebih lengkap yaitu

dapat menetralkan racun yang disebabkan oleh makanan dan minuman yang mengandung bahan pengawet, pewarna dan pemanis buatan dan rasa dari teh secang UD.NATA BANGKALAN menyerupai sirup dan tidak seperti minuman herbal lainnya sehingga teh secang ini cocok sekali di lidah para konsumen terutama anak-anak.

TABEL 1.1 DAFTAR BAHAN-BAHAN PRODUKSI

NO	DAFTAR BAHAN BAKU	HARGA
1	KAYU SECANG / 1 KG	RP. 45.000
2	THE HITAM / 1 KG	RP. 100.000
3	GULA/ 2 KG	RP. 70.000
4	CUP GLAS 1 SLOP / 50 PCS	RP. 14.500
5	AIR GALON	RP. 6.000
6	TUTUP GLAS ROLL / 1 BIJI	RP. 60.000
7	REMPAH-REMPAH	RP.25.000

Sumber: UD.NATA Bangkalan

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berikut ini merupakan permasalahan yang akan dikaji dalam tugas akhir :

Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan UD.NATA BANGKALAN ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada perusahaan UD.NATA BANGKALAN.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Bagi Mahasiswa

- a. Melatih mahasiswa agar siap terjun di dunia usaha
- b. Mahasiswa dapat memahami system dan cara kerja perusahaan untuk menjadi bekal dalam membangun bisnis secara mandiri

1.4.2 Bagi perusahaan

Bisa membantu membuka outlet baru dan meng aktifkan kembali outlet yang sudah lama tutup

1.4.3 Bagi Perguruan Tinggi

Meningkatkan kerjasama dan pengembangan antara perguruan tinggi dengan pihak perusahaan.