

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salak adalah buah musiman yang berada di daerah Bangkalan khususnya di desa kramat yang memiliki khas yaitu rasanya yang enak dan manis selain itu salak merupakan ikon dari Bangkalan sehingga Bangkalan dikenal dengan kota salak. Banyaknya wisatawan yang ke Bangkalan untuk berkunjung ke Syaikhona Kholil menjadi peluang bagi para penjual untuk berbisnis makanan dan minuman yang terbuat dari buah salak untuk dijadikan buah tangan.

Seiring meningkatnya kunjungan wisatawan ke Bangkalan maka semakin besar pula peluang bisnis di tempat wisata tersebut khususnya bisnis dalam bentuk oleh-oleh yang menjadi ciri khas dari tempat yang di kunjungi tersebut. Karena dengan adanya oleh-oleh khas daerah tersebut, dapat menjadi kepuasan tersendiri serta menjadi bukti bahwa wisatawan tersebut telah mengunjungi daerah wisata maupun telah mengunjungi Bangkalan.

Olahan produk salak asal kota Bangkalan telah dipatenkan dengan nama salak kramat karena penghasil salak terbanyak berada di daerah kramat. Dari ke-kreatifan masyarakat Bangkalan dalam mengolah sumber daya alam tersebut maka dibuatlah buah salak lokal tersebut menjadi beberapa produk olahan salak terdiri dari dodol, kurma dan sirup dengan menggunakan *packaging* yang bagus dan menerapkan pemasaran yang baik untuk menarik minat pembeli khususnya para wisatawan.

Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui manajemen pemasaran terutama tentang pemasaran media *online* untuk mempromosikan produknya sehingga dapat bersaing dengan produk-produk yang lainnya.

Salah satu strategi pemasaran yang sedang gencar dilakukan ialah pemasaran *online*. Dengan menampilkan produk olahan salak pada situs jejaring sosial, maka anda dapat mengetahui bagaimana selera konsumen dan apa yang mereka butuhkan. Semakin hari aktivitas jual beli melalui *online shop* semakin marak dilakukan. Para konsumen cenderung ingin berbelanja dalam ruang yang lebih *privat* dan terhindar dari keramaian. Internet membuka pintu untuk berinovasi. Anda dapat menampilkan produk olahan salak pada *website, blog, facebook*, dan situs lainnya, dengan memasang gambar produk olahan salak yang sekiranya dapat menarik konsumen. Dengan menggunakan pemasaran *online*, anda dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen tanpa dibatasi ruang dan waktu dengan kenyamanan tersendiri kepada pelanggan.

Di era globalisasi pada masa kini perkembangan teknologi semakin pesat dan mulai digunakan tidak hanya untuk melakukan tukar informasi, berita dan semacamnya, namun saat ini teknologi sudah mulai digunakan untuk merambah dan memajukan dunia bisnis. Salah satu teknologi yang perkembangannya semakin pesat adalah teknologi internet.

Teknologi internet atau disebut juga teknologi dunia maya ini merupakan teknologi yang menjadi *trend* untuk berbagai kalangan, baik dari anak-anak hingga

orang tua saat ini menggunakannya. Dengan internet setiap orang dapat berkomunikasi dengan orang lain yang berada di berbagai belahan dunia tanpa dibatasi waktu dan ruang serta sangat memudahkan untuk berinteraksi tanpa harus bertemu atau bertatap muka secara langsung.

Melalui media *online* mereka dapat memperoleh dan menyampaikan berbagai informasi yang dibutuhkan kapan dan dimana saja. Jejaring sosial *networking* sudah semakin maju yang saat ini bisa dikatakan yang fenomenal atau yang banyak diminati oleh kalangan masyarakat terdiri dari *instagram*, *twitter*, *facebook*, *whatsapp*, *blog* dan sebagainya.

Oleh karena itu, media *online* mampu dimanfaatkan untuk membuat seseorang tidak hanya tinggal duduk diam tanpa penghasilan, namun dengan internet mereka mampu mendapatkan penghasilan. Internet saat ini bisa menjadi solusi pemasaran yang sangat bagus karena bisa diakses oleh orang lain dalam waktu yang tanpa batas dan bisa diakses oleh semua orang. Pemasaran media *online* dapat dikatakan sebagai bisnis yang sangat menjanjikan untuk saat ini jadi jangan sia-siakan kesempatan yang paling berharga karena kesempatan tersebut kita bisa mendapatkan keuntungan yang berlimpah.

Berdasarkan pernyataan diatas mengenai pemasaran media *online*, maka penulis tertarik untuk membahas tentang strategi pemasaran yang baik dan benar. Adapun judul penelitian ini adalah “Upaya Peningkatan Penjualan Produk Olahan Salak pada perusahaan UD. BUDI JAYA”

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana upaya meningkatkan penjualan produk olahan salak pada perusahaan UD. BUDI JAYA.

1.2 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui upaya peningkatan penjualan produk olahan salak
2. Mengetahui manfaat internet bagi perusahaan
3. Mengetahui cara menggunakan internet untuk meningkatkan penjualan

1.3 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan tentang upaya meningkatkan penjualan produk olahan salak pada perusahaan UD. BUDI JAYA

2. Bagi Peneliti

Penulis dapat lebih memperdalam pengetahuan mengenai upaya meningkatkan penjualan dalam perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan juga dapat dijadikan acuan untuk penelitian-penelitian berikutnya sehingga dapat diperoleh penemuan-penemuan baru yang berkaitan dengan upaya meningkatkan penjualan produk.

1.4 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan manufaktur UD. BUDI JAYA yang berlokasi di Dsn. Morkolak Timur RT. 1 / RW. 5 Kelurahan Kramat Bangkalan.

1.5 Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai tanggal 20 Maret 2017 sampai dengan 20 April 2017. Kegiatan dimulai pukul 08.00 WIB hingga 11.00 WIB pada hari Senin-Jum'at.