

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya setiap perusahaan yang memproduksi atau menghasilkan suatu barang dan jasa diperlukan kegiatan pemasaran, karena pemasaran merupakan bagian pokok dan mutlak yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan guna mencapai tujuan dari perusahaan itu sendiri. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut serta dapat tumbuh dan berkembang, setiap perusahaan harus merumuskan langkah dan kebijaksanaan yang tepat di bidang pemasaran. Untuk itu hal yang perlu diperhatikan yaitu kebijaksanaan harga jual, promosi, kualitas produk. Dengan demikian sudah tentu pemasaran merupakan fungsi dari keberhasilan dan tercapainya tujuan yang diharapkan sehingga dapat memperoleh kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran dari produk yang dihasilkan. Pandangan yang sempit dalam pengertian pemasaran menyebabkan banyak pengusaha atau dunia usaha berorientasi pada produksi atau berpikir dari segi produk, mereka menekankan produk apa yang dihasilkan bukan produk apa yang dapat dipasarkan (Sofjan, 2007:3).

Persaingan membuat setiap perusahaan untuk memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan, keinginan dan minat konsumen, kemasan produk dan promosi yang diberikan. Merancang strategi untuk hal-hal yang dapat memenuhi

keinginan dan menarik konsumen adalah hal yang sangat penting. Namun, yang lebih penting adalah membuat konsumen tidak kecewa dan bosan enggan produk yang diberikan dan memperhatikan kualitas produk. Pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai yang lain (Kotler&Amstrong, 2008:6).

Mie endess yang berpusat di Kota Bangkalan adalah usaha yang berawal dari coba-coba mengolah mie yang berbeda dari yang lain, dan owner pecinta kuliner. Mie Endess merupakan singkatan dari Enak Pedes, nama yang terbilang unik membuat masyarakat penasaran dan antusias untuk berkunjung ke tempat tersebut. Mie Endess menawarkan produk makanan mie dengan berbagai macam tingkat level kepedasan yang bisa di pilih dan berbagai macam minuman, snack yang tak kalah rasanya. Lokasi usaha di bangkalan yang strategis yaitu terletak di pusat kota bangkalan dan berada di daerah dekat sekolah-sekolah, sehingga pangsa pasar atau mayoritas konsumen adalah pelajar sekolah atau kalangan muda yang menyukai kuliner ringan. Ciri khas dari produk ini adalah nuansa serta citra rasa kuat yang berusaha ditanamkan kepada masyarakat, yaitu kesan dari tingkatan level serta berbagai macam topping yang disajikan dalam mie sebagai pelengkap.

Table 1.1 Volume Penjualan pada Perusahaan Mie Endess pada tahun 2018.

No	Jenis Mie	Waktu Penjualan		
		Januari	Februari	Maret
1	Mie Endess Original	4321	4540	4728
2	Mie Endess Cornet	5398	5453	5414
3	Mie Endess Curry	5038	5058	5098
4	Mie Endess kuah Seafood	3076	3086	3040
	TOTAL	17.833	18.137	18.280

Sumber : Laporan Penjualan Perusahaan Mie Endess 2018

Dari Tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa realisasi penjualan pada perusahaan mie endess yang kurang begitu diminati yaitu produk mie endess kuah seafood

Semua perusahaan pasti akan menghadapi berbagai kendala dalam meningkatkan penjualan. Banyak perusahaan yang berusaha menargetkan penjualan namun sesungguhnya perusahaan kurang membekali dengan pengetahuan dan ketrampilan menjual yang mengakibatkan menurunnya performa dan hasil yang dicapai. Hal ini tentunya akan membawa dampak bagi perusahaan sehingga perusahaan tidak memperoleh profil maksimal.

Permasalahan yang sedang dialami oleh perusahaan Mie Endess Bangkalan dalam kondisi dan kemampuan penjual, sumber daya manusia kurang terlatih dan kompeten dalam proses perekrutan karyawan Mie Endess Bangkalan membuat kondisi dan kemampuan penjual menjadi tidak efektif dan kurang

maksimal, sehingga hal tersebut yang mempengaruhi kondisi kemampuan dalam memasarkan produk Mie Endess Bangkalan

Kondisi pasar keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah dan dengan semakin banyaknya rumah makan mie yang sejenis dengan olahan mie membuat perusahaan dituntut untuk selalu inovatif dan memahami kondisi pasar yang bisa berubah setiap saat.

Kondisi organisasi perusahaan tidak ada struktur yang jelas di dalam perusahaan membuat saling tumpang tindih pekerjaan dan membuat hasilnya tidak maksimal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan pada perusahaan Mie Endess Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan pada perusahaan Mie Endess Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis, sebagai media pembelajaran dalam mengembangkan wawasan dan pengetahuan dalam Manajemen Pemasaran. Serta dapat memberikan pengalaman untuk terjun langsung di dalam perusahaan atau dunia kerja.

2. Bagi Pembaca, sebagai suatu sarana penambahan informasi yang ada dan referensi bacaan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya dengan permasalahan yang sama.
3. Bagi Perusahaan, terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dan universitas sehingga perusahaan tersebut dikenal oleh kalangan mahasiswa. Mendapatkan masukan berupa ide atau gagasan baru yang bermanfaat untuk perkembangan perusahaan.
4. Bagi Universitas, dapat dijadikan referensi penelitian di jurusan Entrepreneur khususnya jurusan Entrepreneurship fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.