

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan penduduk semakin banyak atau semakin meningkat tahun demi tahun dan semakin banyak juga jumlah kebutuhan masyarakat baik pangan, sandang, dan papan yang dimana banyak menggunakan kantung plastik untuk mengemas semua kebutuhan masyarakat khususnya di Kabupaten Bangkalan, maka banyak wiraswasta yang melancarkan usahanya di bidang tersebut. Dapat dilihat perkembangan toko plastik sangat berkembang pesat dan penyebarannya dimana-mana. Semua toko plastik di Bangkalan menyediakan berbagai macam kantung plastik dengan berbagai macam ukuran, kresek, dan

Pada era sekarang ini toko plastik merabak dimana-mana, maka terjadi persaingan terhadap sesama toko-toko plastik khususnya di Kabupaten Bangkalan. Banyak pelanggan yang ingin mendapatkan kualitas plastik yang bagus tapi dengan harga murah. Banyak aspek yang mempengaruhi para pelanggan seperti harga, kelengkapan ukuran plastik yang diinginkan, dan kualitas. Salah satunya toko plastik Barokah yang menyediakan segala PP (*Polypropylene*) adalah jenis plastik yang biasa digunakan untuk packing/pembungkusan makanan, PE (*Poly Ethylene*) adalah jenis plastik yang biasa digunakan untuk packing minuman atau cairan, seperti es batu, sirup, maupun minuman lainnya, HDPE (*High Density Polyethylene*) adalah jenis

plastik yang berwarna putih susu/putih bersih digunakan untuk kantong tissue, botol detergen, minyak, plastik anti panas, pipa plastik, shopping bag dan kantong plastik yang biasanya untuk sayur makanan yang berkuah karena fleksibel dengan kekuatan tinggi, dan lain-lain.

Sebagaimana diketahui bahwa produk atau pun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli atau peminatnya, oleh karena itu dibutuhkan aktivitas pemasaran yang mempunyai peranan sangat penting untuk keberhasilan atau kelangsungan untuk dapat bertumbuh kembang di pasarnya. Disamping itu aktivitas pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan sekitar yang ada. Dengan demikian aktivitas pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang diberikan usaha dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang yang ada.

Strategi merupakan sebuah rencana yang luas dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi didefinisikan sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi, yang menghubungkan keunggulan strategi dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama pemilik usaha. Menurut Supriyono dari kedua definisi tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, strategi pemilik usaha adalah suatu kesatuan rencana pemilik usaha yang terpadu dan diperlukan untuk mencapai tujuan usaha. Kedua, dalam menyusun strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan perusahaan karena faktor lingkungan menentukan kekuatan dan kelemahan pemilik usaha.

Strategi pemasaran merupakan hal yang penting bagi Toko Plastik Barokah. Toko Plastik Barokah merupakan salah satu toko plastik yang ada di pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan, pasar tersebut juga masih banyak toko lainnya yang menjual beragam plastik. Makin banyaknya pesaing membuat Toko Plastik Barokah terus meningkatkan strategi pemasarannya.

Toko Plastik Barokah tidak memiliki perencanaan yang baik mengenai strategi pemasaran didalam bisnisnya, seperti terbatasnya area pemasaran hanya disekitar daerah Bangkalan. Dari masalah yang dialami Toko Plastik Barokah tersebut diperlukan adanya solusi yang dapat diambil oleh pemilik agar kedepannya Toko Plastik Barokah dapat berkembang dengan pesat.

Salah satu indikator berhasil tidaknya suatu aktifitas pemasaran dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya volume penjualan yang dicapai oleh Toko Plastik Barokah yang bersangkutan dalam suatu periode berikutnya. Umumnya bila volume penjualan yang diperoleh rendah maka keuntungannya akan rendah pula. Hal ini mempunyai korelasi berbanding lurus antara volume penjualan dengan pendapatan sebuah usaha.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan pada Toko Plastik Barokah?

1.3 Tujuan Kegiatan

Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan pada Toko Plastik Barokah.

1.4 Manfaat Kegiatan

- a. Bagi penulis, sebagai media pelatihan untuk mengembangkan kemampuan atau wawasan dalam bidang pemasaran dan memberikan gambaran nyata terhadap strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada Toko Plastik Barokah.
- b. Bagi pemilik usaha, dapat memberikan masukan untuk perkembangan Toko Plastik Barokah.
- c. Bagi lembaga instansi, ilmu yang di dapat dari toko barokah manfaat bagi mahasiswa dan kampus untuk meningkatkan minat berenterpreneur.

1.5 Waktu dan Tempat Kegiatan

Hari/Tanggal :Kamis 22 Maret – Minggu 20 April 2018

Waktu :06.30-10.00 WIB

Tempat :Toko Plastik Barokah

Pasar Ki Lemah Duwur, Bangkalan

1.1 Jadwal Kegiatan

TANGGAL	AKTIVITAS
22 Maret 2018	Perkenalan tempat PKL
23 Maret 2018	Menjual sterofoam, kertas minyak dll
24 Maret 2018	Belanja sterofoam
26 Maret 2018	Mengantarkan pesanan

27 Maret 2018	Menjaga toko
28 Maret 2018	Memeriksa barang-barang yang sudah habis
29 Maret 2018	Belanja barang yang kosong
30 Maret 2018	Menjaga toko
31 Maret 2018	Mengantarkan pesanan
02 April 2018	Mengantarkan pesanan
03 April 2018	Belanja barang-barang yang kosong
04 April 2018	Sharing-sharing Ilmu
05 April 2018	Menjaga toko
06 April 2018	Menjaga toko
09 April 2018	Belanja barang yang kosong
10 April 2018	Menjaga toko
11 April 2018	Menjaga toko
12 April 2018	Menjaga toko
13 April 2018	Menjaga toko
16 April 2018	Menjaga toko
17 April 2018	Belanja barang yang kosong
18 April 2018	Menjaga toko
19 April 2018	Menjaga toko
20 April 2018	Pamitan kepada pemilik toko