

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan berkembangnya dunia usaha yang berubah dengan sangat cepat dan tingkat persaingan yang semakin ketat, maka perusahaan harus bisa mengambil keputusan yang tepat untuk meningkatkan kelangsungan dan pertumbuhan perusahaannya. Secara umum, semua perusahaan mempunyai tujuan yang sama yaitu mencapai keberhasilan dan selalu berkembang serta memaksimalkan perusahaan untuk tercapainya tujuan tersebut. Saat ini dunia industri mengalami perkembangan yang sangat pesat bukan hanya di negara-negara maju tetapi juga di negara yang sedang berkembang termasuk juga di Indonesia. Dikarnakan di wilayah Indonesia yang sangat luas dan banyaknya sumber daya di Indonesia sehingga peluang untuk membangun perindustrian di Indonesia sangatlah besar kemungkinannya.

Mengingat perkembangan dan pembangunan yang semakin lama semakin meningkat, hal ini dapat menggambarkan bahwa terdapat peningkatan permintaan konsumen terhadap produsen. Disamping itu, setiap perusahaan dihadapkan dari berbagai faktor, apakah itu merupakan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan yang harus diperhatikan, agar supaya posisi produknya di pasar mampu bersaing. Faktor-faktor eksternal yang harus diperhatikan oleh perusahaan yakni persaingan, permintaan, *keadaan* ekonomi, politik dan sosial budaya. Sedangkan factor-faktor internal di antaranya, produk, harga, promosi, dan distribusi merupakan suatu aktivitas perusahaan dalam mencari dan

mendapatkan perhatian calon konsumen. Pada hakikatnya, setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh laba sebanyak-banyaknya agar menunjang bertahannya suatu perusahaan. Salah satu industri yang mengalami peningkatan di Indonesia adalah industri pengolahan kayu yang mengalami pertumbuhan sebesar 8,04 persen.

Kendala yang sering dihadapi oleh industri kayu khususnya UD. Duas Makmur di kecamatan Banyuates Sampang berkaitan dengan distribusi dan promosi antara lain kesulitan dalam mendapatkan suplai bahan baku berkualitas secara kontinyu, sedangkan di sisi penjualan, volume penjualan produk yang dibuat oleh UD. Duas Makmur masih jauh dari yang mereka harapkan. perusahaan juga cenderung menguasai pasar yang sempit, sebagai akibatnya perusahaan lemah dalam berkompetisi dengan perusahaan besar. Pola pemasaran yang dilakukan perusahaan juga cenderung konvensional, bahkan cenderung dilakukan secara pasif. Perusahaan UD. Duas Makmur menunggu order dari pelanggan. Jika tidak ada order dari para pelanggan tersebut, mereka tidak melakukan produksi. Perusahaan UD. Duas Makmur, sejak dulu sampai dengan saat ini memiliki beberapa masalah klasik yaitu pemasaran, memiliki keterbatasan akses untuk transaksi, sehingga meskipun perusahaan memiliki produk berkualitas mengalami kesulitan dalam pemasaran produk.

Sebagai gambaran dapat ditunjukkan data volume penjualan kayu rakyat UD. Duas Makmur kecamatan banyuates yakni pada tabel berikut. Volume Penjualan kayu Periode Tahun 2020-2021.

No	BULAN	KUBIKASI	HARGA
1	Januari	496,032	Rp20,833,344
2	Februari	240,268	Rp10,091,256
3	Maret	218,218	Rp9,165,156
4	April	187,464	Rp7,873,488
5	Mei	29,000	Rp1,218,000
6	Juni	174,792	Rp7,341,264
7	Juli	169,168	Rp7,105,056
8	Agustus	164,524	Rp6,910,008
9	September	147,888	Rp6,211,296
10	Oktober	147,792	Rp6,207,264
11	November	138,552	Rp5,819,184
12	Desember	108,944	Rp4,575,648
Jumlah		2,222,642	Rp93,350,964

Tabel volume penjualan UD.Duas Makmur

Pada tabel di atas menunjukkan adanya penurunan tingkat penjualan selama satu tahun terakhir. Pada tahun 2020-2021 hampir di setiap bulannya perusahaan mengalami penurunan di dalam penjualannya meningkat Kondisi yang dialami oleh perusahaan UD. Duas Makmur kecamatan banyuates Kabupaten Sampang yang tergolong cukup besar. Sehingga mengindikasikan bahwa secara umum terjadi Penurunan volume penjualan ini merupakan permasalahan yang perlu segera ditangani

Menurut Wibowo (2015) strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa, hal ini menunjukkan pentingnya strategi pemasaran dikarenakan semakin kerasnya persaingan perusahaan pada umumnya, sedangkan menurut Assauri (2015) salah satu strategi yang sering dilaksanakan oleh

perusahaan adalah strategi bauran pemasaran yang merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan Untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Variabel tersebut meliputi produk atau *product*, harga atau *price*, promosi atau *promotion* dan distribusi atau *place* (4P).

Perusahaan dituntut untuk mampu menerapkan bauran pemasaran yang lebih kompetitif yang mampu menganalisis situasi, menentukan sasaran pemasaran yang tepat, seleksi dan analisis target pasar. Serta mampu merancang bauran pemasaran sehingga mampu beradaptasi dengan dinamika bisnis yang menuntut adanya suatu persaingan yang kompetitif. Perusahaan juga dituntut untuk berinovasi, memberikan produk yang disenangi dan dibutuhkan oleh masyarakat atau pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas penulis memilih judul “**Analisis pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kayu Rakyat Pada UD. Duas Makmur Banyuates Sampang**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

4. Apakah distribusi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan
5. Variabel bauran pemasaran apa yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara signifikan produk terhadap volume penjualan UD. Duas Makmur Banyuates Sampang.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara signifikan harga terhadap volume penjualan UD. Duas Makmur Banyuates Sampang.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara signifikan promosi terhadap volume penjualan UD. Duas Makmur Banyuates Sampang.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara signifikan distribusi terhadap volume penjualan UD. Duas Makmur Banyuates Sampang.
5. Untuk mengetahui apakah ada variabel yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan UD. Duas Makmur Banyuates Sampang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi seluruh pihak diantaranya :

1. Bagi Perusahaan/Manajemen Memberikan bukti empiris kepada perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan di masa yang akan datang.
2. Bagi Investor

Sebagai informasi dan acuan bagi para investor dalam pengambilan kebijakan investasi baik saham maupun obligasi di perusahaan manufaktur industri konsumsi pada sub sektor makanan dan minuman.

6. Bagi Akademisi

Sebagai sarana referensi dan kepustakaan untuk penelitian selanjutnya, agar dapat melakukan penelitian secara lebih spesifik dengan menggunakan variabel-variabel yang berbeda sehingga menciptakan pemahaman-pemahaman baru yang lebih baik bagi pengetahuan akademisi.

7. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menjadi wadah penulis dalam memperluas ilmu pengetahuan terhadap pengelolaan manajemen keuangan, sarana referensi dan sumbangsih pemikiran tambahan dalam menunjang penelitian-penelitian selanjutnya yang nantinya bisa bermanfaat sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang lain

