

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah yang mendasari penelitian, kemudian diuraikan mengenai rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dalam penelitian, asumsi penelitian dan sistematika penulisan proposal penelitian.

#### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan industri yang tinggi menandakan adanya perkembangan industri yang pesat (Afifi, Tuningrat, & Satriawan, 2015). Kualitas produk menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan, baik pada hal kelancaran bahan baku, proses hingga menjadi produk akhir. Pelanggan saat ini memiliki kesempatan penuh untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginannya, sehingga perusahaan seharusnya memperhatikan hal tersebut. Perusahaan berkontribusi penuh atas keinginan konsumen, dengan mempertimbangkan kualitas dan biaya yang sesuai (Ilham, Suzanto, Achmadi, & Surahmad, 2018).

UKM biasanya memiliki masalah seperti sumber daya yang terbatas untuk mengembangkan usahanya. Sumber daya seperti modal yang terbatas dapat mengakibatkan terbatasnya pemasaran produk sehingga menjadi celah untuk perusahaan besar mendapatkan pasar, sehingga UKM sulit dalam memasuki pangsa pasar yang lebih luas. Pengusaha UKM biasanya memiliki ilmu pengetahuan dan teknologi yang terbatas pula, sehingga kesulitan dalam beberapa hal seperti mengembangkan produk dan kemampuan UKM dalam menjaga likuiditas keuangan (Filbert, Zaman, Prabowo, Nabila, & Chalifah, 2018).

UKM pada bidang konveksi yang terletak di Kec. Arosbaya, dimana produk yang diproduksi adalah daster yang masih dipasarkan pada pasar lokal mengalami kendala dalam pemasaran produknya. Dua tahun terakhir jumlah produk dan omset yang dipasarkan menurun drastis. Pada tahun 2017, jumlah produk yang dipasarkan mencapai 3600 potong daster per bulannya, sedangkan pada tahun 2018 dan 2019 hanya memasarkan kurang dari 1200 potong daster per bulan. Hal

tersebut dikarenakan muncul banyak pesaing (Sumber : Syaifuddin Suhri pengusaha konveksi daster, diambil bulan Maret 2019).

Menurut Rusnani dan Andini (2014), salah satu cara yang bisa dilakukan untuk tetap bersaing pada pangsa pasar yang lebih luas adalah dengan menggunakan strategi pemasaran misalnya *marketing mix* (bauran pemasaran). Terdapat empat indikator yang harus diperhatikan pada *marketing mix* yaitu produk, harga, promosi dan tempat. Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin menganalisis bagaimana meraih kembali dan mencapai segmentasi pasar yang lebih luas serta meningkatkan kembali jumlah penjualan produk dengan menggunakan strategi *marketing mix*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Faktor-faktor dalam *marketing mix* (produk, harga, tempat dan promosi) apa saja yang mempengaruhi volume penjualan pada UKM konveksi daster ber-merek Tanjung Bumi.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor dalam *marketing mix* (produk, harga, tempat dan promosi) yang mempengaruhi volume penjualan pada UKM konveksi daster ber-merek Tanjung Bumi.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini yaitu agar dijadikan bahan evaluasi bagi UKM konveksi daster ber-merek Tanjung Bumi untuk meraih kembali dan mencapai segmentasi pasar yang lebih luas dalam mengembangkan serta meningkatkan jumlah penjualan.

### **1.5 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada UKM konveksi daster yang ber merek ‘Tanjung Bumi’ yang berada di Kecamatan Arosbaya, Bangkalan.

### **1.6 Asumsi-Asumsi**

Asumsi pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Sistem produksi dan kebijakan perusahaan tidak mengalami perubahan yang signifikan.
2. Harga material tidak berubah.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada proposal penelitian ini, sebagai berikut :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi mengenai latar belakang masalah yang ada pada UKM konveksi daster ber-merek Tanjung Bumi, rumusan masalah pada UKM konveksi daster ber-merek Tanjung Bumi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dalam penelitian UKM konveksi daster ber-merek Tanjung Bumi, asumsi penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang mendukung permasalahan yang akan dibahas, yaitu teori-teori yang berhubungan dengan pemasaran, *marketing mix*(4P) dan penjualan.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai jenis penelitian, variabel penelitian, tempat dan waktu dilaksanakannya penelitian, jenis data, peralatan dan bahan yang digunakan dalam penelitian, teknik pengambilan data, jumlah data, metode penyelesaian dan *flowchart* penelitian.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab IV merupakan hasil dan pembahasan yang berisi penjelasan model analisis yang digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis yang bersifat membangun demi kemajuan perusahaan.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**