

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Entrepreneur, berasal dari bahasa Inggris, artinya usahawan atau pengusaha. Usahawan atau pengusaha, dalam aktifitas sehari-hari disebut juga dengan pebisnis. Dan segala aktifitas pada pebisnis atau pengusaha disebut dengan bisnis. Karena aktifitas pebisnis tidak lain adalah bisnis itu sendiri yang melibatkan waktu dan setiap waktu yang digunakan dalam berbisnis dihitung dengan nilai usaha, di mana nilai usaha tersebut adalah keuntungan bisnis.

Kemampuan berwirausaha di dasari atas sebuah kepentingan membaca peluang untuk pengembangan sebuah usaha, tersedianya cukup waktu untuk mengimprofisasikan kreatifitas usahanya, dan dorongan yang kuat dalam menguasai pasar. Seorang wirausaha bukan manusia hasil cetakan melainkan seseorang yang memiliki kualitas pribadi yang menonjol. (Tarmuji, 2000)

Seorang enterprener harus kreatif supaya bisa memajukan usahanya, di zaman sekarang ini banyak sekali usaha minuman ice bland misalnya coklat klasik dimana minuman tersebut banyak peminatnya. Beberapa tahun terakhir telah marak bisnis minuman coklat. hal ini dikarenakan coklat memiliki pangsa pasar yang luas dan jelas. 99% masyarakat menyukai makanan yang namanya Coklat, dari balita hingga manula hampir semua menyukai makanan yang satu ini, baru-baru ini telah ramai disajikan minuman berbahan dasar coklat. Cokelat Klasik ialah usaha dalam bidang kuliner dengan fokus pengolahan bahan dasar Coklat.

Suatu resep minuman Ice/Hot Chocolate yang lezat dan nikmat, serta memiliki kandungan beberapa zat yang baik di konsumsi oleh tubuh manusia seperti zat besi, vitamin, kalsium, magnesium, dan juga antioksidan. Original Recipes of CokelatKlasik di ramu khusus oleh Owner CokelatKlasik yakni linalala dan dibantu beberapa team bagian produksi yang kemudian dikemas dalam bentuk packaging sehingga memiliki standart rasa yang sama pada setiap cabangnya. CokelatKlasik menyuguhkan produk real Chocolate yang berkualitas dengan harga terbatas. (anonymous, 2014)

Cokelat klasik adalah salah satu dari sekian banyak bisnis minuman berbahan dasar coklat, bisa dibilang coklat klasik merupakan pelopor minuman coklat pertama di kota malang, sejak didirikan pada tanggal 6 oktober 2012 hingga sekarang, mulai banyak kompetitor bermunculan yang menjual produk minuman coklat dengan konsep sejenis. Bukan hanya konsep saking kreatifnya sampai nama-nama pada menunya pun sama, bahkan ada yang menggunakan brand dengan hasil pelafalan yang sama, namun banyaknya kompetitor tidak berpengaruh pada penjualan coklat klasik sendiri alias pelanggan masih pada setia dengan coklat klasik meskipun harga jualnya jauh lebih tinggi dibanding kompetitor minuman coklat lainnya. (Anonymous, 2013)

Tempat praktek kerja lapangan di UD. Kedai Bujang ini merupakan salah satu usaha kemitraan dari Coklat Klasik Corporate yang berdomisili di Bangkalan dan sangat bagus sebagai usaha minuman ice blend mengingat di Madura khususnya Bangkalan banyak peminat baik dari kalangan anak kecil sampai dewasa, dan untuk di Bangkalan sendiri pesaing untuk usaha coklat klasik sudah

lumayan banyak, akan tetapi di UD. Kedai Bujang ini sangat kreatif supaya mampu bersaing dengan kemitraan-kemitraan yang lain, disamping itu UD. Kedai Bujang sudah memiliki banyak pelanggan, UD. Kedai Bujang sudah mengembangkan usaha coklat klasik di daerah Bangkalan Kota, Burneh, Blega dan Kamal, Coklat Klasik adalah salah satu minuman yang banyak diminati dan melihat peluang ini UD. Kedai Bujang sangat optimis dengan usaha ini.

1.2 Rumusan Masalah

Dari paparan yang telah dijelaskan di atas, dapat ditentukan suatu rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana strategi pemasaran Coklat Klasik untuk meningkatkan volume penjualan pada UD. Kedai Bujang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi pemasaran dan volume penjualan pada UD. Kedai Bujang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat sebagai berikut :

1. Sebagai bahan masukan kepada pengambil keputusan kebijakan pada UD. Kedai Bujang dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan Coklat Klasik
2. Sebagai nilai tambah dan pembendaharaan referensi tentang penelitian mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan Coklat Klasik dan sebagai bahan masukan bagi pihak berkompeten untuk meneliti dan menambah wawasan keilmuan serta memperluas pengetahuan pemasaran.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini di wilayah Kabupaten Bangkalan yaitu pada UD. Kedai Bujang untuk melihat penerapan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan minuman Coklat Klasik.