

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dalam dunia bisnis semakin luas, dan juga semakin beragam produk serta cara pemasaran untuk menarik minat beli konsumen. Oleh karena itu pelaku bisnis harus mampu dalam membaca peluang dan memanfaatkan peluang yang ada dengan sebaik mungkin. Saat ini bisnis cukup berperan besar dalam kehidupan masyarakat, sebab adanya sebuah bisnis bertujuan agar mampu memenuhi keinginan serta kebutuhan pasar. Setiap perusahaan melakukan kegiatan bisnis agar mampu mendapatkan keuntungan. Berbisnis tidak hanya untuk perusahaan besar saja namun usaha menengah dan kecil. Barang dan produk yang diedarkan untuk diperjual belikan semua guna memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh sebab itu saat perusahaan mampu menjual dan memenuhi kebutuhan konsumen, apalagi mampu menembus target pasar dengan jumlah permintaan yang tinggi merupakan sebuah keberhasilan suatu perusahaan dalam memenuhi target pasar.

Hal tersebut bisa terjadi karena adanya strategi pemasaran yang memumpuni untuk mendobrak keinginan konsumen dalam membeli produk tersebut, entah konsumen membelinya karena memang membutuhkannya, atau hanya ingin sekedar memilikinya. Namun jika memang strategi pemasaran yang digunakan itu tepat, mampu

menumbuhkan minat beli konsumen yang tinggi. Pemasaran produk sangat penting bagi setiap pelaku usaha, di ibaratkan strategi pemasaran itu merupakan sebuah ujung tombak keberhasilan dimana pemasaran merupakan kunci penting dalam pencapaian penjualan produk di pasar, jika tidak ada produk yang terjual maka keberlangsungan kehidupan perusahaan akan terancam.

Kegiatan pemasaran dimulai dari penciptaan sebuah produk yang akan ditawarkan di pasar, setelah itu perusahaan menetapkan harga jual produk yang mampu bersaing dengan harga pasar lainnya dan sesuai dengan harapan konsumen, setelah itu menentukan lokasi yang strategis guna memasarkan produk tersebut agar mampu terjual secara maksimal sesuai dengan target perusahaan, lalu menyusun strategi pemasaran agar memunculkan rasa minat beli konsumen. Kegiatan pemasaran tersebut dikatakan sebagai strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*).

Ketika harga mampu bersaing serta bauran pemasaran (*marketing mix*) digunakan secara tepat, hal tersebut mampu berpengaruh besar pada keberhasilan penjualan produk suatu perusahaan. Kegiatan pemasaran juga harus memperhatikan kebutuhan konsumen, sehingga produk yang akan ditawarkan mampu memenuhi dan sesuai dengan harapan konsumen. Sebagai pelaku bisnis juga harus mampu memberikan informasi yang jelas kepada konsumen terkait dengan produk yang ditawarkan. Ketika produk yang ditawarkan berhasil menembus pangsa pasar maka perusahaan memiliki banyak peluang kedepannya jika ingin mengembangkan

perusahaan menjadi lebih besar lagi, sebab tingkat kepercayaan dan minat beli konsumen terhadap suatu produk itu tinggi.

Pelaku usaha dituntut agar lebih sigap dalam memanfaatkan peluang yang ada dalam melakukan kegiatan pemasaran. Seperti halnya dengan toko alat kesehatan dan kedokteran rahayu medika yang ada di kota nganjuk, jawa timur ini salah satunya. Sesuai dengan namanya, toko rahayu medika menyediakan berbagai kebutuhan alat kesehatan dan juga keperluan rumah sakit. Usaha yang berkecimpung di bidang alat kesehatan ini terus berupaya melakukan pemasaran secara maksimal seperti halnya memutuskan membuka toko dipusat kota nganjuk itu sendiri dimana yang lokasinya cukup strategis dan mudah dijangkau serta dekat dengan Rumah Sakit dan pasar kota yang ramai.

Lokasi pemasaran yang dipilih yaitu di tepi jalan raya kota Nganjuk tepatnya di Jl.KH.Ahmad Dahlan 11 kota Nganjuk, sebelum pindah ke tempat yang sekarang toko alat kesehatan dan kedokteran rahayu medika nganjuk bertempat di daerah pasar wage Jl.A.Yani nganjuk, lalu memutuskan untuk pindah lokasi pada tahun 2019 ke Jl.KH.Ahmad Dahlan 11 kota nganjuk hingga saat ini, dengan harapan konsumen akan mudah menemukan lokasi toko alat kesehatan dan kedokteran rahayu medika dengan mudah. Apabila konsumen mengetahui apa saja produk yang di jual dan ternyata produk tersebut lengkap serta memiliki harga yang bersaing, lokasi yang cukup dekat dan strategis

sehingga mudah di jangkau maka konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk disana.

Proses pemasaran toko alat kesehatan dan kedokteran rahayu medika nganjuk sendiri, selain memiliki toko offline juga aktif melakukan update promosi penjualan pada situs online. Dimana di era digital saat ini apapun yang dicari dapat ditemukan pada situs jaringan online yang mampu menjangkau banyak orang diseluruh dunia bukan hanya masyarakat indonesia saja, selain itu cara pemasaran yang dilakukan secara offline dilakukan dengan menyebarkan prosur dan juga menawarkan produk pada puskesmas dan rumah sakit.

Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian “Strategi Pemasaran Pada Toko Alat Kesehatan dan Kedokteran Rahayu Medika Nganjuk Pada Minat Beli Konsumen”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan kata kunci di atas maka fokus penelitian yang diambil berdasar pemaparan konteks penelitian tersebut yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran toko alat kesehatan dan kedokteran rahayu medika nganjuk yang sudah dilakukan?
2. Bagaimana cara mengatasi hambatan dan minat beli konsumen pada toko alat kesehatan dan kedokteran rahayu medika nganjuk?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran pada toko alat kesehatan dan kedokteran rahayu medika nganjuk.
2. Mendeskripsikan hambatan serta minat beli konsumen pada toko alat kesehatan dan kedokteran rahayu medika nganjuk.

D. Batasan Penelitian

Pembatasan masalah dalam penelitian ini agar mengarah pada maksud dan tujuan penelitian yaitu:

1. Usaha yang diteliti yaitu toko alat kesehatan dan kedokteran rahayu medika nganjuk
2. Penelitian ini terkait dengan strategi pemasaran pada toko alat kesehatan dan kedokteran rahayu medika nganjuk terhadap minat beli konsumen.

E. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap melalui penelitian ini akan memberikan manfaat, antara lain:

1. Manfaat secara teoritis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini mampu memberi manfaat secara teoritis yaitu sumbangsih ataupun kontribusi terhadap kajian di bidang manajemen pemasaran

2. Manfaat secara praktis

a. Bagi lembaga

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini mampu memberikan informasi serta pertimbangan bagi lembaga terkait dengan strategi pemasaran. Selain itu bisa menjadi referensi atau masukan bagi lembaga dalam menghadapi kendala pada kegiatan pemasaran.

b. Bagi Akademik

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini mampu menambah sumber bacaan di Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatulloh Tulungagung, terutama bagi jurusan manajemen bisnis syariah.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini mampu memberi kontribusi bacaan tambahan terhadap peneliti selanjutnya terkait dengan strategi pemasaran. Selain itu, dapat menjadi masukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya apabila juga akan meneliti di toko alat kesehatan dan kedokteran rahayu medika nganjuk.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dan mempermudah untuk memahami judul skripsi tentang Strategi Pemasaran Pada Toko Alat Kesehatan dan Kedokteran Rahayu Medika Nganjuk Terhadap minat beli

konsumen, maka peneliti memberi penjelasan atau penegasan istilah dalam judul tersebut, adapun penegasan istilah pada penelitian ini yaitu:

1. Penegasan Istilah Konseptual

- a. Staregi merupakan suatu proses penyusunan perencanaan yang berfokus agar tujuan suatu perusahaan tersebut dapat tercapai. Beberapa perusahaan menggunakan strategi yang berbeda namun pastinya semua memiliki tujuan yang sama.²
- b. Pemasaran merupakan suatu kegiatan perencanaan, penentuan harga produk, promosi produk dan pendistribusian produk agar dapat memenuhi kebutuhan pasar dan konsumen serta memenuhi tujuan sasaran pasar perusahaan.³
- c. Strategi pemasaran adalah suatu proses kegiatan perusahaan dalam mengambil keputusan terkait biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan keadaan dengan lingkungan yang diharapkan dan kondisi pesaing.⁴
- d. Minat beli konsumen bisa didasari atas keinginan serta kebutuhan konsumen akan produk tersebut, minat beli adalah kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian dengan mencari informasi dari berbagai sumber. Konsumen memiliki ketertarikan

² Farida Yulianti, et.all., "*Manajemen Pemasaran*", (Yogyakarta : Penerbit Deepublish, 2019), hal. 41

³ Ibid., hal. 1

⁴ Ibid., hal. 8

terhadap suatu produk atau jasa tetapi belum tentu konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa tersebut.⁵

2. Penegasan Istilah Operasional

Penegasan secara operasional dari judul Strategi Pemasaran pada toko alat kesehatan dan kedokteran rahayu medika nganjuk terhadap minat beli konsumen adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan proses memperoleh konsumen, mempengaruhi keputusan beli konsumen, serta memberikan informasi terkait produk yang akan dipasarkan oleh perusahaan yang diharapkan mampu menarik minat beli konsumen.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi dilakukan dengan sistematika yang sedemikian rupa untuk memudahkan pemahaman serta pemfokusan sasaran, oleh karenanya penulis melakukan penulisan skripsi dengan sistem susunan sebagai berikut:

Bagian awal terdiri dari : halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

⁵ Nanda Bella Fidanty Shahnaz, Wahyono, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online", *Managemen Analysis Journal*, 2016 : hal 392

BAB I : PENDAHULUAN

BAB I memaparkan, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, identifikasi penelitian dan batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

BAB II memaparkan landasan teoritis, penelitian terdahulu, kerangka konseptual.

BAB III : METODE PENELITIAN

BAB III memaparkan, pendekatan dan jenis-jenis rancangan penelitian, lokasi penelitian, keadiran peneliti, data dan sumber data teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahap-tahap penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

BAB IV memaparkan, paparan data dan temuan penelitian.

BAB V : PEMBAHASAN

BAB V memaparkan, analisis hasil temuan melalui teori teori, penelitian terdahulu, dan teori yang ada

BAB VI : PENUTUP

BAB VI memaparkan, kesimpulan dan saran.

Bagian akhir terdiri dari : Daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.