

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Strategi pemasaran merupakan wujud dari rencana yang terarah dalam bidang pemasaran untuk mendapatkan suatu hasil yang optimal.² Strategi ini adalah strategi yang sangat penting mengingat sebaik apapun segi segmentasi, pasar sasaran serta posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika hal tersebut tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Adapun tujuan strategi juga diaplikasikan untuk menjatuhkan para lawan, atau untuk menghadapi serangan dari pesaing yang ada dan bahkan yang akan masuk.³

Salah satunya yaitu usaha *home industri* yang bergerak pada bidang besi, semakin banyaknya *usaha home industri* besi ini semakin tinggi pula persaingan yang terjadi pada usaha *home industri* tersebut. Di dalam pemasaran ini, kondisi yang paling sulit yaitu mempertahankan konsumen untuk selalu menggunakan produk dari penjual, atau juga disebut dengan loyalitas pelanggan.

Dalam menciptakan loyalitas pelanggan tersebut para pelaku usaha memerlukan strategi bauran pemasaran usaha yang ampuh dalam pemasaran produknya, karena strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang telah direncanakan untuk mencapai tujuan yang

² Pandji Anogara, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hal. 230

³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hal. 186

diinginkan, dengan cara mengembangkan keunggulan yang dalam
bersaing

dan digunakan untuk melayani pasar sasaran. Salah satu dari bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam hal pemasaran yang dapat mendukung dalam memasarkan produk guna menciptakan kepuasan konsumen yaitu menggunakan *marketing mix* (bauran pemasaran).⁴

Kabupaten Tulungagung adalah salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur. Tulungagung merupakan salah satu daerah dengan pertumbuhan ekonomi yang sedang berkembang di Jawa Timur. Inovasi pengembangan dalam bidang pengelolaan *home industri* masih perlu ditingkatkan kembali dengan motif pengembangan yang lebih menarik dari sebelum-sebelumnya. Salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Tulungagung yaitu Kecamatan Besuki, di Kecamatan Besuki ini terdiri beberapa *home industri* yang cukup menarik. Kecamatan Besuki ini memiliki letak geografis sebagai berikut: batas sebelah utara yaitu Kecamatan Bandung, batas sebelah timur yaitu Kecamatan Campurdarat, batas selatan yaitu Samudera Indonesia dan batas terakhir sebelah barat yaitu Kabupaten Trenggalek, luas wilayahnya mencakup 83.66 Km². Di kelilingi oleh 3 kabupaten bukan termasuk daerah terpencil dan banyak pengembangan usaha *home industri* yang merupakan usaha kecil yang bisa menyerap beberapa tenaga kerja dan menarik berbagai macam konsumen sesuai kebutuhan dan keinginan.

Selain Kecamatan Besuki ini memiliki pantai yang banyak mengundang wisatawan, Kecamatan Besuki ini juga memiliki berbagai

⁴ Dewi Diniaty, Agusrianal, *Perancangan Strategi Pemasaran Produk Pada Produk Anyaman Pandan*, (Jurnal Sains, Teknologi dan Industri: Vol. 11 No.2/Juni 2014), hal. 174

macam kegiatan *home industri* yang beranekan ragam mulai dari usaha kecil peorangan sampai usaha yang lumayan sudah berkembang dan melajut pesat. Home industri sering dilakukan hanya berpusat pada salah satu rumah warga untuk lebih mempererat rasa kekeluargaan karena karyawan yang ikut serta dalam kegiatan *home industri* tersebut merupakan tetangga terdekat.

Salah satu *home industri* di Kecamatan Besuki tepatnya di Desa Tanggulkundung ini yaitu usaha home industri besi milik Pak Awi dan usaha home industri milik Pak Kardi, dimana kedua usaha ini sama-sama berada di Desa Tanggulkundung tapi hanya beda RT saja. Hal tersebut tidak terlalu menimbulkan persaingan yang ketat karena kedua usaha ini sudah lumayan memiliki pelanggan dan kedua usaha ini melakukan persaingan pasar secara sehat.

Dengan demikian alasan peneliti memilih dua usaha *home industri* besi yaitu usaha besi Pak Awi dan usaha besi Pak Kardi sebagai tempat penelitian dikarenakan kedua usaha ini memiliki latar belakang usaha yang berbeda dan cara mempertahankan usahanya masing-masing agar tetap berdiri dan bertahan untuk dikembangkan lagi. Selain itu penulis ingin juga ingin mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan pada kedua usaha home industri besi ini yaitu usaha besi Pak Awi dan usaha besi Pak Kardi. Oleh sebab itu penulis mencoba mengulas dalam bentuk tulisan berupa skripsi. Dengan judul **“Strategi Bauran Pemasaran Guna**

Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha *Home Industri* Pengusaha Besi di Kecamatan Besuki”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran 4P yang diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan pada *usaha home industri* besi Pak Awi *usaha home industri* Pak Kardi?
2. Apa kendala dan bagaimana solusi yang dihadapi *usaha home industri* besi Pak Awi dan *usaha home industri* besi Pak Kardi?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui deskripsi Strategi Bauran Pemasaran 4P yang diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan pada *usaha home industri* besi Pak Awi *usaha home industri* Pak Kardi.
2. Untuk Mengetahui Kendala dan Solusi Strategi Bauran Pemasaran 4P yang diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan pada *usaha home industri* besi Pak Awi *usaha home industri* Pak Kardi.

D. Identifikasi Penelitian

1. Peneliti mengidentifikasi Strategi Bauran Pemasaran 4P yang diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan pada *usaha home industri* besi Pak Awi *usaha home industri* Pak Kardi.
2. Peneliti mengidentifikasi Kendala dan Solusi Strategi Bauran Pemasaran 4P yang diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan pada *usaha home industri* besi Pak Awi *usaha home industri* Pak Kardi.

E. Batasan Penelitian

Di dalam penelitian ini penulis memberikan batasan penelitian bertujuan untuk membatasi masalah yang diteliti agar masalah yang menjadi bahasan yang dijabarkan tidak terlalu luas. Oleh sebab itu, penulis membatasi penelitian ini terkait dengan “Strategi Bauran Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha *Home Industri* Pengusaha Besi di Kecamatan Besuki”.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian tersebut diharapkan agar mampu memberikan manfaat atau kegunaan, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan bahan referensi dan pembanding penelitian khususnya yang berkaitan dengan Strategi Bauran Pemasaran lewat *home industri*.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Akademik

Peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai media yang dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan sebagai tambahan koleksi referensi untuk perpustakaan yang dapat dijadikan informasi bagi mahasiswa.

b. Untuk Lembaga

Penelitian mengenai Analisis Bauran Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan Usaha *Home Industri* besi Pak Awi dan Pak Kardi di Kecamatan Besuki, diharapkan agar bisa menjadi bahan referensi dan bagi para peneliti dengan adanya sebuah permasalahan dalam penelitiannya. Memperoleh masukan dan juga sebagai acuan mengenai wawasan *marketing mix*.

c. Untuk Pembaca

Peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai media pembelajaran dalam upaya pengembangan dan mengaplikasikan pemikiran dari adanya teori-teori yang telah diperoleh dari pembaca maupun dari bangku perkuliahan khususnya pengetahuan yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran *home industri* dalam rangka meningkatkan penjualan.

d. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kontribusi serta pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang luas terkait dengan strategi bauran pemasaran pada *home industri* dalam upaya meningkatkan penjualan.

G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah ini diperlukan agar tidak salah pengertian terhadap judul skripsi dan untuk mempertegas ruang lingkup permasalahan serta penelitian ini menjadi lebih terarah. Adapun batasan istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

a. Strategi

Strategi merupakan metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah.⁵

b. Bauran

Bauran adalah bentuk percampuran dari seperangkat alat pemasaran yang dikendalikan agar mendapat respon dari pasar sasaran. Bauran adalah sebuah kombinasi. Bauran dalam pemasaran fokus mendorong tingkat keefektifan dalam pemasaran.⁶

c. Pemasaran

Pemasaran adalah proses dari seseorang atau organisasi untuk mempengaruhi orang lain atau organisasi lain agar mereka yang menginginkan dan memerlukan produk yang dapat terpenuhi

⁵ Eris Juliansyah, "Strategi Pengembangan Sumber Daya Prusahaan dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi". *Jurnal Ekonomak*. Vol. 3 No. 2, Agustus 2017, hal. 20.

⁶ Dian Wijayanto, *Pengantar Manajemen*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, hal 297.

dan bisa memperoleh keuntungan.⁷

Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengolah hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. Jadi, pemasaran itu adalah bagaimana cara memuaskan kebutuhan pelanggan.⁸ Definisi pemasaran menurut Philip Kotler bahwa pemasaran adalah kegiatan yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa titik tolak pemasaran terletak pada kebutuhan dan keinginan para manusia. Kebutuhan dan juga keinginan dari manusia karena adanya produk yang berupa benda, jasa, organisasi, tempat, maupun gagasan.⁹

d. Peningkatan penjualan

Penjualan pada dasarnya merupakan salah satu hal penting bagi *marketing*. Penjualan merupakan penawaran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Peningkatan penjualan merupakan proses kegiatan yang dilakukan perusahaan agar semakin meningkat dan berkembang untuk mendapatkan laba atau

⁷ Darmanto dan sri wardaya, *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasisw, Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah*, (Yogyakarta:Deepublish, 2016), hal. 5.

⁸ Muhammad Yusuf Saleh dan miah said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: CV Sah Media, 2019), hal. 2

⁹ Melati, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 2

keuntungan.¹⁰ Peningkatan penjualan dilakukan agar memperoleh perkembangan maupun peningkatan dalam proses penjualan dengan tetap memperhatikan kualitas barang dan harganya sehingga produktivitas barang tetap berjalan.

e. Usaha *Home Industri* Besi

Usaha *home industri* besi adalah sebuah rumah usaha produk barang ataupun perusahaan kecil. *Home Industri* dapat mewujudkan dengan melakukan sebuah upaya proses pengembangan sumber daya manusia. *Home Industri* juga berupa kegiatan ekonomi berupa pengolahan barang menjadi bernilai tinggi untuk penggunaannya, dan dilakukan oleh masyarakat pengusaha dari golongan ekonomi lemah atau perusahaan kecil seperti industri rumah tangga dengan tujuan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan nilai tambah bagi masyarakat. *Home industri* merupakan sebuah perusahaan kecil yang didasarkan didalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil, bahwa dalam usaha kecil kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. *Home Industri* juga sama dengan usaha kecil menengah (UKM) dimana usaha tersebut juga berdiri dalam ruang lingkup perumahan dan agar mampu menjadikan

¹⁰ Arisma Ayuning Tya, dkk, "Strategi promosi penjualan dalam menghadapi pesaing di era digital (studi pada pengusaha mebel bintang banyuwangi)", *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Negara/Bisnis)*, Vol.9, No. 2, 2020, Hal. 126.

rumah usaha bagi masyarakat.¹¹

2. Penegasan Operasional

Berdasarkan dari pemaparan tersebut bahwa secara definisi operasional dari judul “Strategi Bauran Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha *Home Industri* Pengusaha Besi di Kecamatan Besuki” bahwa Home Industri ini awalnya dilakukan secara perseorangan, namun sekarang dilakukan memproduksi barang-barang dari besi dibantu dengan 2 karyawannya masing-masing yang berasal dari lingkungan setempat yaitu tetangga-tetangganya agar membantu mengurangi pengangguran dan bisa meningkatkan volume penjualan usaha dalam membentuk strategi pemasaran yang tepat.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Guna untuk mempermudah pemahaman terkait dengan isi penelitian yang dilakukan serta sebagai upaya menjaga keutuhan dari segi pembahasan permasalahan di dalam skripsi ini agar lebih sistematis dan terarah maka, sistematika dalam penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang pendahuluan yang nantinya dijadikan sebagai acuan keseluruhan dalam penulisan skripsi.

Di dalam bab ini berisi terkait dengan konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian,

¹¹ Nur Amalia dkk, *Mudah Memahami Usaha Kecil Dan Menengah*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), hal.15

penegasan istilah serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi terkait dengan tinjauan pustaka atau kajian teori serta penelitian-penelitian relevan terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian yang sedang dikaji serta paradigma penelitian yaitu strategi bauran pemasaran mencakup 4P (*product, price, place, dan promotion*).

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji keabsahan tulisan serta tahapan-tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisikan hasil dari pemaparan data-data yang disajikan dalam bentuk topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya. Didalam bab ini berisikan pula deskripsi dari data data yang ada di lapangan.

BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi mengenai keterkaitan, pola-pola, kategori serta temuan-temuan yang diungkap di lapangan atau mengungkap terkait dengan hasil analisis yang telah dilakukan dan dikaitkan dengan teori.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan, implikasi dari penelitian (jika diperlukan) serta saran.

BAGIAN AKHIR

Pada bagian ini disajikan daftar pustaka, lampiran-lampiran yang diperlukan, surat pernyataan keaslian tulisan skripsi serta daftar riwayat hidup.