

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Pertumbuhan dunia usaha yang semakin cepat dan bertambah kompleksnya sistem perekonomian masa kini menjadi penyebab bisnis UMKM memperoleh tantangan untuk melakukan penjualan produk mereka pada pasar. Timbulnya persaingan - persaingan diantara produsen untuk memasarkan produk mereka ke pasaran menjadi permasalahan yang mutlak serta merupakan tantangan yang tidak bisa dihindari oleh pelaku usaha. Bertambahnya pesaing akan jadi faktor terhadap pelaku usaha dalam memasuki persaingan yang ketat. Perusahaan yang berkesanggupan untuk menghadapi persaingan harus memanfaatkan strategi pemasaran yang sesuai agar memenuhi target pasar maka dari itu penjualan akan tetap semakin mengalami peningkatan serta penghasilan perusahaan pun turut meningkat (Arifin et al., 2023).

UD. Veni Toys adalah salah satu pelaku UMKM yang berlokasi di Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur, tepatnya di Jalan Pabrik Es Kasri RT.02/RW.05 Menjasem, Kecamatan Pandaan. UD. Veni Toys bergerak di bidang industri berbahan dasar kapas. Selain boneka juga memproduksi jenis produk seperti bantal dan guling.

UD. Veni Toys mulai memproduksi boneka sendiri pada tahun 2008. Dalam tahap awal merintis usaha ini, UD. Veni Toys menghadapi berbagai tantangan dan kendala, seperti persaingan harga, kualitas bahan, keterbatasan sumber daya dan dampak pandemi yang terjadi beberapa tahun lalu. Situasi tersebut menyebabkan penurunan penjualan produk kepada konsumen. Oleh karena itu, UD. Veni Toys perlu melakukan perbaikan pada strategi pemasaran agar dapat mencapai penjualan yang lebih tinggi.

Berdasarkan pengamatan peneliti di lokasi penelitian melalui wawancara dengan pemilik perusahaan, ditemukan permasalahan berupa penurunan hasil penjualan. Kondisi ini menyebabkan target penjualan tidak tercapai dan keuntungan perusahaan mengalami penurunan. Berikut merupakan data penjualan produk di UD. Veni Toys selama bulan Juni – November 2024:

Tabel 1.1 Data Penjualan Boneka Pada Bulan Juni – November 2024

Bulan	Jumlah Penjualan (pcs)	Target (pcs)	Tidak Tercapai (pcs)
Juni	5007	6000	993
Juli	5043	6000	957
Agustus	5135	6000	865
September	5069	6000	931
Oktober	4988	6000	1012
November	4772	6000	1228
Rata-Rata			1197 (11,9%)

Sumber : UD. Veni Toys

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik di dapatkan data penjualan boneka pada tabel 1.1, dengan jumlah penjualan berada di angka 4700 sampai dengan 5100 pcs. Jumlah penjualan tersebut belum memenuhi target penjualan yang berada di 6000 pcs per bulannya. Tidak tercapainya penjualan yang didapatkan juga semakin tinggi yang berada di 900 sampai dengan 1200 pcs, angka kekurangan paling tinggi berada di bulan November dengan 1228 pcs dengan rata-rata tidak tercapainya penjualan berada di angka 11,9%

UD. Veni Toys yang belum menerapkan digital marketing dapat merasakan efek dari perkembangan teknologi yang dapat membuat penjualan berkurang, semakin maju teknologi semakin besar pula tuntutan untuk beradaptasi dengan teknologi terbaru. Hal itu yang dirasakan oleh perusahaan, dengan majunya teknologi saat ini sistem pemasaran tidak lagi menggunakan sistem *offline*, melainkan dapat dengan mudah dilakukan melalui *online*. Bukti nyata maraknya pemasaran *online* dapat dilihat dari banyaknya *Marketplace* yang ada saat ini. Selain mudah dilakukan pemasaran *online* juga dapat mencakup pasar yang luas, sehingga dengan adanya *digital marketing* dapat memudahkan untuk melakukan pemasaran dan memperluas jangkauan pasar.

Menurut Sofjan Assauri (2011) bauran marketing adalah campuran dari sebuah aktivitas yang terdiri dari sistem marketing dan dikendalikan perusahaan untuk mempengaruhi respon pembeli dan konsumen. Marketing bauran pemasaran juga bisa disebut dengan 4P (produk, harga, promosi, dan lokasi) dalam strategi marketing, yang bisa digunakan oleh produsen. Dalam hal mempengaruhi konsumen. Strategi ini mampu untuk saling mempengaruhi satu sama lain, sehingga di mana semuanya sangat penting dan sangat berkaitan antara satu sama lain (Ramadhan et al., 2022).

Pemasaran digital mengubah cara perusahaan dan korporasi menggunakan teknologi komunikasi secara signifikan. Strategi pemasaran digital telah menjadi lebih luas dan efektif karena teknologi daring semakin terintegrasi ke dalam rencana bisnis serta kehidupan sehari-hari, dan karena konsumen memanfaatkan peralatan digital daripada mengakses toko fisik (Puthussery, 2020). Untuk mempertahankan bisnis ini, diperlukan sistem pemasaran yang efektif. Pemahaman terhadap permasalahan pemasaran dapat diperoleh melalui analisis menggunakan marketing mix 4P serta penerapan digital marketing dalam strategi pemasaran. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode marketing mix 4P dan digital marketing sebagai upaya untuk memperbaiki sistem pemasaran serta meningkatkan penjualan.

1. 2 Identifikasi Masalah

Untuk memperbaiki permasalahan dalam penjualan di perusahaan ini peneliti menganalisis menggunakan Konsep 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) dan *Digital Marketing* pada UD. Veni Toys.

1. 3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana analisis strategi pemasaran dengan menggunakan metode 4P dan menerapkan *Digital Marketing* pada UD. Veni Toys untuk meningkatkan penjualan?

1. 4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis strategi pemasaran menggunakan konsep 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) Pada UD. Veni Toys.
2. Menerapkan strategi *Digital Marketing* pada UD. Veni Toys.

1. 5 Manfaat Penelitian

Peneliti dengan ini mengharapkan agar hasil penelitian yang dilakukan bermanfaat dan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai sarana memperoleh ilmu, wawasan, pengalaman tentang dunia kerja dan lingkungan kerja.

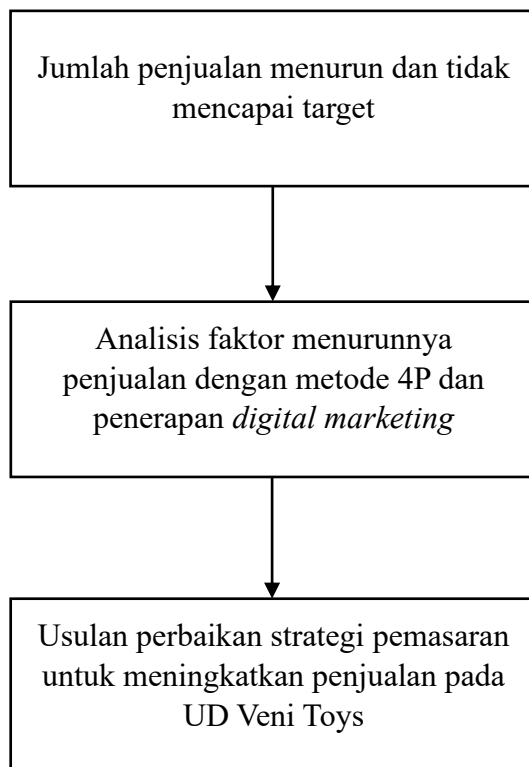
2. Perusahaan

Untuk membantu meningkatkan penjualan produk dan membuat strategi promosi lebih meyakinkan untuk pelanggan.

3. Akademisi

Membuat perpustakaan memiliki koleksi karya ilmiah yang dapat digunakan sebagai bahan acuan referensi serta ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

1. 6 Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir
Sumber : Peneliti