

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kegiatan perekonomian merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Kegiatan ekonomi yang dikenal pada saat ini terdiri dari rangkaian kegiatan produksi, kegiatan distribusi serta kegiatan konsumsi. Setiap orang maupun pihak-pihak yang melaksanakan kegiatan ekonomi disebut sebagai pelaku ekonomi. Pada kegiatan ekonomi terdapat lima pelaku ekonomi yaitu negara, koperasi, perusahaan, masyarakat dan rumah tangga. Diantara kelima pelaku ekonomi tersebut masing-masing memiliki perannya sendiri-sendiri, ada yang berperan sebagai produsen, konsumen maupun berperan sebagai distributor.

Kegiatan konsumsi yang bertujuan sebagai pemenuhan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari harus ditunjang oleh kegiatan distribusinya. Kegiatan distribusi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk menyalurkan berbagai jenis barang yang dibuat oleh produsen agar dapat dipergunakan dan diambil manfaatnya oleh konsumen. Hal ini selaras dengan tujuan yang dimiliki oleh kegiatan distribusi, seperti agar barang atau jasa yang diproduksi dapat memberikan manfaat kepada konsumen serta agar konsumen dapat memperoleh kemudahan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkannya.

Salah satu bagian yang memegang peranan penting dalam kegiatan distribusi adalah toko. Toko merupakan tempat yang berwujud dan tempat fisik yang menjadi wadah bagi konsumen untuk dapat membeli barang dagangan yang dibutuhkannya. Toko sering mematok target untuk menyediakan produk yang dipergunakan guna memenuhi kebutuhan pelanggannya.

Banyaknya toko yang menjual produk serupa di suatu daerah menjadikan timbulnya persaingan antara satu toko dengan toko lainnya. Adanya pesaing usaha biasanya dapat menyebabkan penurunan jumlah penjualan pada toko yang lainnya. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pilihan yang dimiliki oleh konsumen. Toko yang memiliki kualitas produk yang baik, harga yang bersaing dan pelayanan yang

memuaskan dapat memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap jumlah penjualannya.

Guna memenangkan persaingan, dibutuhkan strategi pemasaran yang diharapkan dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan jumlah penjualan. Strategi pemasaran adalah strategi yang dirancang untuk mempromosikan barang atau jasa dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan. Strategi pemasaran adalah sering disebut juga sebagai *marketing strategy*. Strategi pemasaran adalah sebuah keseluruhan usaha dari suatu bisnis. Tujuannya adalah untuk menjangkau target konsumen yang dianggap prospektif. Setelah itu, strategi pemasaran akan mengubah mereka untuk menjadi seorang konsumen tetap.

Strategi pemasaran merupakan rangkaian perencanaan untuk menjangkau target pasar yang dituju dan mengubah mereka agar menjadi konsumen produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Penerapan strategi pemasaran dalam perusahaan memiliki pengaruh yang sangat besar bagi perusahaan yang bersangkutan. Berhasil atau tidaknya perusahaan sangat ditentukan bagaimana cara yang dikembangkan oleh perusahaan untuk dapat bersaing merebut konsumen. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra (2017:228), strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.

Usaha yang berjalan membutuhkan suatu strategi pemasaran bisnis yang kokoh dan perlu melibatkan elemen-elemen besar sampai terkecil yang bisa meningkatkan usaha ini sendiri. Untuk mengetahui strategi pemasaran bisnis haruslah kita mengetahui tentang model bisnis yang digunakan. Saat ini banyak sekali model bisnis yang dipakai pebisnis, yang mana model bisnis menjadi konsep yang menonjol diantara konsep-konsep manajemen yang lainnya. Karena model bisnis banyak organisasi yang berkembang dengan cepat sehingga dapat menciptakan model bisnis yang cocok bagi suatu usaha. Diantara sejumlah model bisnis yang ada, salah satu model bisnis yang dinilai efektif yaitu bisnis model kanvas. Business Model Canvas (BMC) yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder, yang dipopulerkan melalui buku terbitannya yaitu Business Model Generation. Business Model Canvas merupakan strategi

manajemen untuk merencanakan konsep bisnis, infrastruktur maupun keuangan perusahaan dan biasanya dipakai oleh pebisnis pemula.

Toko Grosir Dapoer Geulis merupakan pedagang grosir yang terletak di Jalan Kuncoro Jakti No. 287, Kampung Malangnengah, Desa Cijoropasir, Kecamatan Rangkasbitung, Lebak – Banten merupakan toko grosir yang menjual berbagai jenis barang, diantaranya adalah peralatan rumah tangga, sembako dan berbagai macam produk makanan, termasuk makanan khas daerahnya yang menjual dalam bentuk eceran maupun dalam partai besar. Dalam rangka meningkatkan jumlah penjualan produk yang dijualnya, Toko Grosir Dapoer Geulis dituntut untuk dapat menyesuaikan strategi pemasaran yang dimilikinya agar dapat mengikuti setiap perkembangan-perkembangan yang terjadi dengan tujuan agar dapat memenangkan persaingan dengan toko lain yang menjadi pesaingnya. Toko Grosir Dapoer Geulis merupakan bisnis yang terbilang masih muda dan baru, bisnis ini diinisiasi dan dijalankan oleh perseorangan yang memiliki tujuan diantaranya untuk memberikan kemudahan para konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dan untuk mendapatkan keuntungan.

**Tabel 1.1. Data Jumlah Penjualan Per Bulan Toko Grosir Dapoer Geulis
Tahun 2022**

No.	Bulan	Jumlah Penjualan
1	Januari	Rp 130.381.900
2	Februari	Rp 183.137.600
3	Maret	Rp 213.322.700
4	April	Rp 233.292.200
5	Mei	Rp 198.198.900
6	Juni	Rp 146.072.400
7	Juli	Rp 145.978.700
8	Agustus	Rp 102.032.700
9	September	Rp 129.612.500
10	Oktober	Rp 147.947.500
11	November	Rp 137.744.200
12	Desember	Rp 155.344.800

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Grosir Dapoer Geulis serta berdasarkan data penjualan yang diperoleh diketahui bahwa Toko Grosir Dapoer Geulis selama beberapa bulan menunjukkan adanya perolehan penjualan yang tidak stabil.

Berdasarkan tabel 1.1. di atas diketahui bahwa jumlah penjualan terbesar pada tahun 2022 terjadi pada bulan April yaitu sebesar Rp. 233.322.700,- dan jumlah penjualan terkecil terjadi pada bulan Agustus yaitu sebesar Rp. 102.032.700,-. Sesuai dengan data tersebut diketahui bahwa penjualan tertinggi pada bulan April hal ini dikarenakan menjelang hari Raya Idul Fitri. Sedangkan jumlah penjualan terendah pada bulan Agustus 2022 disebabkan karena menurunnya jumlah pembeli karena terdapat toko pesaing yang baru membuka tokonya dan memberikan potongan harga pada masa pembukaan.

Guna memperoleh jumlah penjualan yang maksimal dan memenangkan persaingan dengan usaha sejenis yang ada, dalam menjalankan usahanya Toko Grosir Dapoer Geulis perlu menyusun strategi-strategi pemasaran sebaik mungkin agar dapat terus menjadi toko yang unggul apabila dibandingkan dengan toko grosir sejenis lainnya yang ada di Rangkasbitung.

Dalam menerapkan suatu strategi bisnis, evaluasi terhadap strategi yang telah diterapkan melalui evaluasi model bisnis yang sedang dijalankan perlu untuk dievaluasi agar dapat dilakukan identifikasi mengenai apa saja permasalahan yang memerlukan perhatian. Salah satu model bisnis yang dapat digunakan untuk mengevaluasi model bisnis yang sedang dijalankan adalah *Business Model Canvas (BMC)*.

Dalam rangka mengetahui strategi pemasaran yang dipergunakan oleh Toko Grosir Dapoer Geulis dalam menjalankan usahanya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Strategi Pemasaran pada Toko Grosir Dapoer Geulis dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Barang.**

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, penulis identifikasikan sebagai berikut:

1. Luasan Toko Grosir Dapoer Geulis yang masih kurang untuk menampung pembeli.
2. Masih kurangnya promosi penjualan di Toko Grosir Dapoer Geulis.
3. Terjadi kekosongan persediaan barang karena pemasok terlambat melakukan pengiriman.
4. Potongan harga yang diberikan oleh pemilik toko kepada pembeli belum mampu meningkatkan jumlah pembeli.

5. Toko Grosir Dapoer Geulis belum dapat memenangkan persaingan dengan toko pesaing lainnya.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Toko Grosir Dapoer Geulis menunjukkan bahwa permasalahan yang ada beraneka ragam. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Dengan harapan pemecahan masalah dapat lebih terarah. Oleh karena itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada Analisis Strategi Pemasaran pada Toko Grosir Dapoer Geulis dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas dan analisis matriks SWOT.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, untuk lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan Business Model Canvas pada Toko Grosir Dapoer Geulis?
2. Bagaimana Analisis SWOT Toko Grosir Dapoer Geulis?
3. Alternatif strategi apa saja yang dipilih oleh Toko Grosir Dapoer Geulis dalam meningkatkan jumlah penjualannya?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka dapat diketahui bahwa tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi Business Model Canvas yang diterapkan Toko Grosir Dapoer Geulis.
2. Untuk mengetahui Analisis SWOT oleh Toko Grosir Dapoer Geulis.
3. Untuk mengetahui strategi yang tepat yang dipilih oleh Toko Grosir Dapoer Geulis dalam meningkatkan jumlah penjualannya.

1.6. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya, manfaat yang diharapkan oleh peneliti dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang bagaimana pengembangan bisnis khususnya tentang teori dan implementasi Business Model Canvas pada Toko Grosir Dapoer Geulis.
2. Menjadi tambahan referensi bahan bacaan bagi para pembaca dan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan studi kasus untuk masalah yang hampir sama diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang berkaitan dengan Business Model Canvas yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.
3. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang masalah yang diteliti, selain sebagai wujud nyata penerapan teori-teori yang diterima di bangku kuliah, serta dapat membandingkan antara teori dan praktek yang terjadi di lapangan.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, responden teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.