

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Semakin meningkatnya kemajuan jaman dan teknologi dapat mempengaruhi persaingan dalam dunia usaha. Untuk saat ini, persaingan dalam dunia usaha semakin hari terasa semakin kuat karena dengan banyaknya trend yang bermunculan memaksa para pelaku usaha untuk menciptakan sesuatu yang baru guna memenangkan persaingan, kondisi ini berdampak kepada prinsip-prinsip yang dilakukan oleh kalangan pelaku bisnis atau pengusaha untuk menentukan strategi bersaing yang mampu menjadikan usahanya bertahan dan mampu bersaing dengan yang lain serta dalam hal menarik minat konsumen untuk membeli produk (Utomo & Santoso, 2018). Salah satu strategi yang sering diterapkan oleh beberapa pengusaha baik usaha yang berskala kecil maupun besar ialah strategi pemasaran.

Pemasaran merupakan suatu faktor yang sangat menentukan bagi kelangsungan hidup sebuah perusahaan, sehingga sangatlah penting bagi pemilik usaha untuk memperhatikan metode yang dijalankan perusahaan (Aja et al., 2021). Hal itu pula yang perlu dilakukan oleh setiap perusahaan dimana mereka dapat menetapkan dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan sebagai usaha untuk mengembangkan bisnisnya. Strategi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi pemasar. Penelitian mengenai strategi pemasaran ini penting dilakukan agar bisa membuat suatu usaha berjalan baik.

Strategi pemasaran merupakan salah satu bagian dari strategi perusahaan yang sangat penting untuk direncanakan dengan matang agar perusahaan dapat unggul dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif dan bervariasi. Perencanaan strategi akan diterapkan melalui perantara atau media. Sesuai dengan perkembangan teknologi telekomunikasi dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam industri, terutama dalam dunia media, dan salah satunya adalah internet (Rahastine, 2018). Pada saat ini berbagai metode penentuan strategi pemasaran untuk mengembangkan suatu usaha maupun meningkatkan daya saing pun semakin banyak dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran kaptan ayam geprek sutomo selama ini dan mengetahui meningkatkan volume penjualan melalui strategi pemasaran kaptan ayam geprek sutomo yang sebaiknya. Metode yang digunakan adalah metode *cross selling* dimana metode ini bertujuan untuk mendorong konsumen membeli produk tambahan yang masih relevan dengan apa yang dibelinya sehingga mampu meningkatkan penjualan serta daya tarik dalam pemasaran.

Pada penelitian sebelumnya Metode yang digunakan adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan variabel-variabel yang diukur (Tarigan et al., 2021). Dalam penelitian tersebut untuk mengukur kualitas produk, pelayanan dan atribut-atribut apa saja yang dapat

meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan serta menganalisis kepuasan konsumen.

Menurut Cohen , Kamakura, Ramaswami, Srivastava dalam Tama (2011:4) Strategi pemasaran *Cross Selling* adalah sebuah istilah umum yang digunakan untuk menjelaskan penjualan additional products dan layanan kepada pelanggan yang telah membeli sesuatu dari perusahaan. Menurut Tama (2011:11) Perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk menetapkan additional product dari produk utamanya. Additional product yang disarankan dapat berupa common-sense-based (contohnya, jika pelanggan membeli paket ayam geprek, maka *cross-sell* product-nya biasanya adalah ayam, nasi, dan minuman). *Cross- Selling* didapat dari data pembelian historical pelanggan (Tarmizi & Firmansyah, 2020). Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melaksanakan penelitian tentang “Analisis Strategi Pemasaran dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan pada Kapten Ayam Geprek Sutomo dengan Metode *Cross Selling* Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan Database MYSQL”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan volume penjualan pada Kapten Ayam Geprek Sutomo dengan metode *Cross Selling*?
2. Bagaimana merancang aplikasi untuk meningkatkan volume penjualan pada kapten ayam geprek sutomo dengan metode *cross selling* menggunakan bahasa pemrograman php dan database mysql?

### 1.3 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka dapat diajukan beberapa hipotesa sebagai berikut:

1. Diharapkan strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan volume penjualan pada Kapten Ayam Geprek Sutomo mampu membantu meningkat volume penjualan.
2. diharapkan dengan merancang dan mengimplementasikan aplikasi berbasis PHP yang menggunakan database MySQL untuk menerapkan metode Cross Selling, Kapten Ayam Geprek Sutomo dapat meningkatkan volume penjualan mereka. Dengan aplikasi ini, pelanggan akan mendapatkan rekomendasi produk tambahan yang sesuai dengan pembelian mereka.

### 1.4 Batasan Masalah

Agar permasalahan menjadi terarah dan sistematis sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai, maka penelitian ini dibatasi pada masalah yang akan di bahas, yaitu mengenai analisis strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan volume penjualan pada Kapten Ayam Geprek Sutomo dengan metode *Cross Selling*. Penelitian dilakukan pada kapten ayam geprek Jl. Dr. Sutomo No. 109A, Kubu Marapalam, Kec. Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat.

### 1.5 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa tujuan yang hendak di capai antara lain :

1. Meningkatkan volume penjualan pada kaptan ayam geprek sutomo dengan metode *Cross Selling* menggunakan bahasa pemrograman php dan database mysql.
2. Membangun sebuah sistem strategi pemasaran dengan metode *Cross Selling* untuk meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan agar memperoleh hasil yang akurat.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini ada beberapa manfaat yang hendak di capai antara lain :

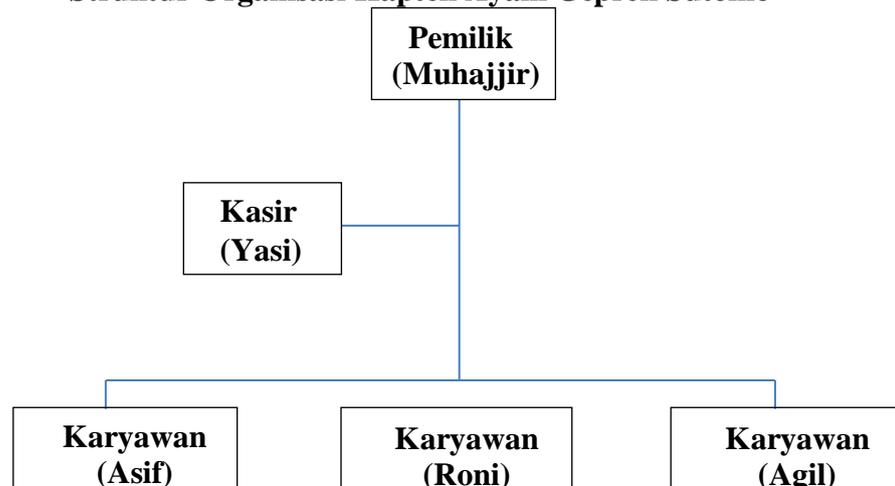
1. Bagi peneliti, dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat saat dibangu perkuliahan, melatih dalam berpikir secara sistematis dan ilmiah, serta sebagai bahan acuan dalam pengembangan sistem.
2. Bagi perusahaan, dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan kinerja sistem yang lebih maksimal.
3. Bagi pihak lain, diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan yang lebih luas dan sebagai referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian serupa.

## **1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian**

### **1.7.1 Struktur Organisasi Kaptan Ayam Geprek Sutomo**

Adapun struktur organisasi Kaptan Ayam Geprek Sutomo adalah sebagai berikut :

### Struktur Organisasi Kapten Ayam Geprek Sutomo



*Sumber : Kapten Ayam Geprek Sutomo*

Adapun deskripsi jabatan yaitu :

1. Pemilik

Sebagai owner yang mengelola kapten ayam geprek sutomo.

2. Kasir

Bertugas sebagai mengurus hal yang terkait dengan pembayaran atau transaksi.

3. Karyawan

Bertugas melayani customer.

#### 1.7.2 Visi dan Misi Kapten Ayam Geprek Sutomo

Visi : Mewujudkan kuliner indonesia sebagai makanan yang digemari seluruh lapisan masyarakat.

Misi :

1. Menyediakan menu-menu dengan cita rasa khas untuk seluruh kalangan pelanggan.
2. Memperhatikan kualitas produk yang didukung dengan bahan-bahan

pilihan.

3. Melakukan promosi melalui berbagai media komunikasi.
4. Memberikan promo-promo menarik.
5. Membentuk karyawan yang menjunjung tinggi nilai kejujuran dan tanggung jawab.