

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha kecil menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia. UKM ini sangat memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. UKM ini juga sangat membantu negara atau pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain itu UKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar. UKM ini perlu perhatian yang khusus dan didukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha yaitu jaringan pasar.

Bukittinggi merupakan salah satu kota wisata yang ada di Sumatera Barat yang memiliki banyak tempat wisata. Salah satu yang dapat kita lihat di Bukittinggi adalah Distro yang beragam-ragam. Untuk membuka usaha distro sangat menguntungkan karena kota Bukittinggi merupakan kota wisata yang banyak dikunjungi oleh pengunjung. Dan pengusaha distro di kota Bukittinggi sangat banyak tapi masih banyak juga pengusaha yang membuka usaha distro meskipun pesaing sudah banyak karena untung dari usaha distro sangat menggiurkan. Salah satu usaha distro yaitu Pogo Store. Pengusaha Pogo Store adalah Fitra Arista yang berdiri pada tahun 2017. Pogo Store terletak di jalan Sultan Syahril no.50 simpang tarok, Bukittinggi. Pogo Store menjual berbagai

macam jenis pakaian dan aksesoris yaitu Baju, Tas, Jaket, Topi, Jam, Pomade, dan juga Pogo Store membagikan sovenir untuk oleh-oleh bagi pengunjung.

Tabel 1.1 berikut ini adalah daftar penjualan Pogo Store Bukitinggi tahun 2017:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Penjualan POGO STORE Per-Caturwulan dari Januari s/d**  
**Desember 2019**

<b>Bulan</b>	<b>Jenis Produk</b>	<b>Target</b>	<b>Realisasi</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>Januari–April</b>	Baju	Rp. 10.000.000	Rp. 14.000.000	140%
	Tas	Rp. 8.500.000	Rp. 9.000.000	105%
	Jam	Rp. 5.000.000	Rp. 5.500.000	110%
	Pomade	Rp. 3.000.000	Rp. 4.000.000	133%
<b>Mei–Agustus</b>	Baju	Rp. 15.000.000	Rp. 18.000.000	180%
	Tas	Rp. 8.500.000	Rp. 9.000.000	105%
	Jam	Rp. 5.000.000	Rp. 6.500.000	130%
	Pomade	Rp. 3.000.000	Rp. 4.000.000	133%
<b>September-Desember</b>	Baju	Rp. 15.000.000	Rp. 11.000.000	73%
	Tas	Rp. 8.500.000	Rp. 7.000.000	82%
	Jam	Rp. 5.000.000	Rp. 4.000.000	80%
	Pomade	Rp. 3.000.000	Rp. 2.500.000	83%

*Sumber: Pogo Store Bukitinggi, 2019.*

Dari tabel 1.1 di atas dapat di analisis hasil penjualan produk bulan januari s/d agustus mencapai target dengan persentase di atas 100%. Pada bulan September s/d Desember penjualan mengalami fluktuatif, dengan penjualan

produk Baju sebesar 11.000.000 dengan persentase 73%, Tas sebesar 7.000.000 dengan persentase 82%, Jam sebesar 4.000.000 dengan persentase 80%, dan Pomade sebesar 2.500.000 dengan persentase 83%. yang tidak memenuhi target. Realisasi penjualan produk ini selama 1 tahun hanya bulan Januari s/d Agustus yang mencapai target dan pada bulan September s/d Desember belum memenuhi target yang telah ditetapkan.

Faktor yang diduga menjadi penyebab menurunnya tingkat penjualan Pogo Store adalah penetapan harga. Harga mempengaruhi persentase tingkat penjualan. Perusahaan perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli sehingga keputusan menetapkan harga yang tepat dapat meningkatkan penjualan.

Faktor lain yang diduga menjadi penyebab menurunnya tingkat penjualan Pogo Store adalah periklanan atau Promosi. salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk adalah strategi periklanan yang baik. Kegiatan promosi yang dilakukan melalui media cetak, membuat iklan, dan membuat situs web agar konsumen mudah untuk melihat produk apa yang ditawarkan oleh Pogo Store dan diharapkan promosi tersebut dapat meningkatkan penjualan.

Faktor lain yang diduga menjadi penyebab menurunnya tingkat penjualan Pogo Store adalah Strategi Usaha. dengan menjalin kerjasama dengan UKM yang lain, sehingga produk yang ditawarkan kepada konsumen sangat banyak, bertujuan untuk meningkatkan jumlah konsumen, dan untuk meningkatkan kualitas penjualan.

Menurut **(Zefanya, 2019)** Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan.

**(Wisner, Tan, & Leong, 2015)** yang diterjemahkan oleh **(Zohriah, 2018)** berpendapat bahwa penjualan adalah penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan. Pertimbangan ini dapat dalam bentuk tunai peralatan kas atau harta lainnya. Pendapatan dapat diperoleh pada saat penjualan, karena terjadi pertukaran, harga jual dapat ditetapkan dan bebannya diketahui.

Menurut **(Sinurat & Rosari, 2018)** Harga adalah suatu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain yang menghasilkan biaya. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel dimana setiap saat dapat berubah menurut waktu dan tempatnya. Harganya bukan angka-angka yang tertera dilabel suatu kemasan atau rak toko, tapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi.

Adanya persaingan dari UKM lain yang sejenis, baik dalam pengolahan produksi maupun pemasaran produk akan mempengaruhi penerimaan laba yang akhirnya mempengaruhi perkembangan usaha. Dalam hal ini usaha harus memperhatikan aspek pemasaran produknya, karena pemasaran merupakan faktor penentu bagi besarnya peningkatan penjualan produk yang berarti mempengaruhi keuntungan usaha. Dengan demikian usaha harus memilih menetapkan strategi pemasaran yang berkaitan erat dengan jalannya usaha yaitu variabel produk harga, periklanan, dan strategi usaha sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk dapat tercapai **(Hamdiyah, Haryono, & Fathoni, 2016)**.

Selain mengembangkan usaha kita juga dapat melakukan pengiklanan agar usaha kita dapat maju dalam persaingan. periklanan pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan menurut **(Sukarmen, Sularso, & Wulandari, 2015)**.

Usaha yang secara mantap moeningkatkan posisinya dalam ingatan dan pilihan konsumen pasti akan memperoleh peningkatan dalam pangsa pasar dan pendapatannya. Menurut pendapat di atas usaha yang baik lebih mengutamakan pemasaran yang baik untuk membina kesadaran konsumen dari pada berusaha meningkatkan penjualan untuk mencapai keuntungan **(Ahmad & Munawir, 2018)**.

Menurut penelitian terdahulu dari **(Widowati, 2019)** menyatakan bahwa harga dan iklan berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan. Dan juga pernah di teliti oleh **(Sinurat & Rosari, 2018)** menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan. Dan pernah juga diteliti oleh **(Saragi & Setyorini, 2014)** menyatakan bahwa periklanan berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada Pogo Store Bukittinggi dengan judul **ANALISIS PENETAPAN HARGA, STRATEGI USAHA, DAN PERIKLANAN TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN POGO STORE DI KOTA BUKITTINGGI.**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian di atas manajemen pemasaran banyak faktor yang memengaruhi terhadap peningkatan penjualan, di antaranya faktor strategi usaha, faktor promosi penjualan, dan faktor perilaku konsumen. Namun dalam penelitian ini di ambil adalah penetapan harga, strategi usaha, dan priklanan maka dapat di identifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Harga yang berubah-ubah terhadap produk yang di jual pada Pogo Store Bukittinggi
2. Produk usaha Pogo Store Bukittinggi masih banyak yang belum memuaskan pelanggan.
3. Promosi usaha Pogo Store Bukittinggi yang dilakukan masih kurang.
4. Keterlambatan pengirim barang dari pusat yang akan di jual pada Pogo Store Bukittinggi
5. Sudah banyaknya pesaing di dalam usaha distro

## **1.3 Batasan Masalah**

Strategi pengembangan memiliki cakupan yang sangat luas, sehingga penelitian ini penulis membatasi masalah penelitian pada strategi pengembangan usaha yaitu analisis penetapan harga, strategi usaha, dan periklanan sebagai variabel bebas dan peningkatan penjualan sebagai variabel terikat pada Pogo Store Bukittinggi.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh Pogo Store di Bukittinggi, dan keterkaitan antara penetapan harga, strategi usaha, dan periklanan. Sehingga berdasarkan uraian tersebut dapat di rumuskan masalah yang ada yaitu:

1. Bagaimana kebijakan harga yang dilakukan Pogo Store di kota Bukittinggi terhadap peningkatan penjualan?
2. Bagaimana strategi usaha yang di lakukan Pogo Store di kota Bukittinggi untuk meningkatkan penjualan?
3. Bagaimana cara Pogo Store di kota bukittinggi melakukan periklanan untuk meningkatkan penjualan?

## **1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian adalah agar mengerti dan mengetahui lebih spesifik mengenai pengaruh penetapan harga, strategi periklanan dalam meningkatkan penjualan.

1. Untuk mengetahui kebijakan harga pada Pogo Store di Kota Bukittinggi tahun 2019
2. Untuk mengetahui strategi usaha pada Pogo Store di Kota Bukittinggi tahun 2019
3. Untuk mengetahui periklanan yang di lakukan Pogo Store di kota Bukittinggi tahun 2019

### **1.5.2 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, manfaat yang nantinya di harapkan adalah :

### 1. Bagi Pogo Store

Penelitian ini dapat digunakan Pogo Store untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan pemasaran sehingga dapat membantu Pogo Store untuk mengambil keputusan mengenai tindakan korektif yang perlu di ambil sehingga dapat meningkatkan penjualan pada Pogo Store di tengah-tengah persaingan usaha distro di kota bukittinggi, dari pesaing-pesaing lama maupun dari pesaing-pesaing baru.

### 2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengalaman yang berharga yang dapat menambah pengetahuan penulis khususnya mengenai Analisis SWOT

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat berguna sebagai bahan referensi yang bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.