BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan terpenting dalam dunia usaha. Dalam kondisi seperti sekarang ini, pemasaran merupakan faktor pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan dari suatu usaha dapat tercapai. Pengetahuan tentang pemasaran menjadi penting bagi pelaku usaha ketika dihadapakan oleh beberapa masalah, seperti penurunan daya beli konsumen terhadap suatu produk, sehingga mengakibatkan keterlambatan pertumbuhan suatu usaha. (Rahmawati, 2017, h. 1)

Setiap usaha tentunya memiliki strategi pemasaran yang harus dijalankan dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Strategi merupakan sarana bagi suatu usaha yang digunakan dalam mencapai suatu tujuan. Salah satu bentuk strategi bisnis adalah strategi pemasaran. Namun banyak kasus UKM di Indonesia yang tidak bisa melakukan strategi pemasaran yang tepat karena kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang ada.(Poluan F. M., 2019, h.2)

Gunawan mengatakan bahwa dalam penerapan strategi pemasaran hal terpenting karena akan berhubungan dengan laba yang akan dicapai oleh perusahaan, merupakan salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada konsumen. Juga diharapkan bahwasannya strategi pemasaran dapat memberi gambaran yang terarah serta jelas mengenai kegiatan yang apa saja yang akan dilaksanakan oleh

perusahaan dalam memaksimalkan di setiap kesempatan pada beberapa pasar sasaran. Dengan demikian, apabila suatu perusahaan atau organisasi tidak dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat, maka usaha yang akan dijalankan tidak dapat hidup dan berkembang dengan pesat. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus dapat menentukan cara dan strategi yang cocok sehingga pada akhirnya perusahaan dapat bersaing dan merebut pasar yang ada.

Dalam strategi pemasaran terdapat bauran pemasaran atau biasa disebut dengan *marketing mix* yang mana menurut stanston menyatakan *marketing mix*merupakan suatu istilah yang mana dapat digunakan untuk menjelaskan kombinasi empat elemen yang mana merupakan inti dari *marketing* sistem perusahaan. Yang mana terdiri dari empat kebijakan pemasaran yang sering disebut dengan bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi dan promosi untuk mencapai tujuan pemasaran, keempat unsur tersebut harus saling mendukung sehingga keberhasilan pemasaran dapat berhasil dan diikuti oleh kepuasan konsumen. Setiap pemasar dalam menghadapi persaingan dalam dunia usaha dituntut untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya agar lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan.(Pratama, 2020, h. 6)

Persaingan yang semakin luas membutuhkan strategi pemasaran yang dapat mempermudah usahanya agar terus berkembang. Banyak strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan dan

menarik konsumen agar membeli produk yang ditawarkan oleh produsen. Salah satu strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*).(Lestari, 2019, h. 2)

Agar dapat bertahan dalam ketatnya persaingan,setiap industri harus mampu bersaing dengan segala potensi yang dimilikinya. Sebuah industri akan mampu bertahan jika strategi pemasaran yang diterapkan tepat guna dan mampu mengembangkan produk yang dipasarkan.

Dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat dapat dimulai dengan evaluasi diri yang terdiri dari evaluasi terhadap faktor eksternal dan internal industri. Evaluasi penting bagi perusahaan karena dapat melihat secara objektif kondisi internal dan eksternal lingkungan agar penentuan strategi pemasaran sesuai dengan perubahan yang ada. Hal yang dapat membawa keberhasilan dalam persaingan adalah memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan mendapat dukungan yang optimal dari seluruh sumber daya yang dimiliki.(Hidayat, 2018, h. 1)

Badan Usaha batako merupakan industri bahan bangunan di Desa Nepa Mekar Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah yang bergerak dibidang bahan bangunan. Pada awalnya Badan Usaha Batako merupakan *home*industri yang dikelola sendiri oleh sebuah keluarga. Usaha Batako mampu mengembangkan usaha hingga saat ini ditengah-tengah persaingan usaha yang bergerak dibidang yang sama. Standar dan kualitas produk mampu dipertahankan oleh pemilik Usaha Batako untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini merupakan

pengaplikasian strategi pemasaran yang diterapkan oleh Badan Usaha Batako.(Gaba, wawancara, 22 Juni 2022)

Salah satu stretegi pemasaran yang diterapkan adalah strategi *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, tempat atau saluran distribusi, dan promosi. Strategi *marketing mix* digunakan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Produsen menerapkan strategi *marketing mix* yakni produk untuk menghasilkan barang yang siap dipasarkan. Dalam hal ini adalah kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Pemasaran produk dapat melalui beberapa tahap diantaranya terdiri dari tahap pengembangan, pengenalan, pertumbuhan penjualan, kematangan, kejenuhan dan penurunan. Tahap-tahap ini disebut juga daur hidup produk.(Rahma, 2021, h. 1)

Badan Usaha Batako hanya membuat produk yang telah dipesan sebelum di produksi dan produk yang tidak dipesan oleh konsumen akan diproduksi dalam skala kecil. Hal ini menyebabkan konsumen yang datang langsung ke *outle*t akan sulit menemukan produk yang diinginkan dengan pilihan-pilihan yang terbatas.

Batako milik bapak Gaba memiliki ciri khas tersendiri dimana Batako dalam pembuatannya memilki bahan baku diantaranya batu kapur, semen, dan air yang dicampurkan kemudian dicetak menggunakana alat dan tenaga manual dengan memanfaatkan sinar matahari dalam proses pengeringan untuk mendapatkan hasil produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Sedangkan Gaba merupakan

nama yang diambil dari pemilik usaha agar lebih dikenal di masyarakat terutama konsumen ditengah usaha yang bergerak dibidang yang sama.

Strategi pemasaran yang digunakan dalam penentuan harga suatu produk adalah strategi bauran pemasaran harga. Dalam hal ini, badan Usaha Batako menjual produk dengan kisaran harga Rp. 900 perbiji. Namun dalam kondisi ekonomi saat ini, belum diketahui apakah harga yang diterapkan pada Badan Usaha Batako sudah sesuai seiring dengan tingginya harga bahan baku terhadap daya beli konsumen.

Tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang strategis dan efisien. Dalam pemilihan lokasi usaha, perlu diperhatikan luas dari lahan yang tersedia guna mempertimbangkan ruang gerak produksi, penyimpanan bahan baku, dan alur keluar bahan baku dan produk yang siap dipasarkan. Lokasi usaha juga mempengaruhi saluran distribusi produk yang dipasarkan. Strategi bauran pemasaran tempat dapat diaplikasikan untuk menetukan lokasi usaha dan saluran distribusi pemasaran.(Passileva & Musadieq, 2018, h.3)

Promosi merupakan cara memberikan informasi atas barang dan jasa yang ditawarkan agar konsumen dapat mengenal dan tertarik untuk membeli. Tujuan promosi adalah memperkenalkan barang atau jasa agar diketahui sesuai dengan yang dibutuhkan oleh konsumen.Bentuk promosi dapat melalui media cetak, maupun media sosial. Dengan berkembangnya zaman, agar dapat bertahan dalam persaingan dalam suatu bisnis diperlukan adanya promosi yang kreatif dan inovatif.Dalam hal ini, badan usaha batako milik Bapak Gaba sudah

cukup baik dalam memaksimalkan promosi produk. Usaha batako ini sudah melakukan beberapa item dari promosi antara lain, informasi antar keluarga, media sosial seperti *facebook*, dan turun langsung ke lapangan untuk menawarkan produk kepada masyarakat.

Dalam suatu usaha, konsumen dapat dikatakan sebagai tolak ukur untuk menentukan standar produk yang akan ditawarkan. Dengan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan suatu usaha mampu memiliki konsumen yang loyal dan produsen dapat memberikan produk yang diinginkan oleh konsumen.Oleh karena itu, tanggapan konsumen pada usaha Batako sangat diperlukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pemasaran yang diterapkan oleh badan usaha Batako milik bapak Gaba.

Tabel 1.1
Penjualan Batako Periode 2021

Bulan	Total Produksi	Terjual	Tidak Terjual
Januari	13.000	12.900	100
Februari	9.100	9.000	50
Maret	10.550	10.250	300
April	9.300	9. 100	200
Mei	11.450	11. 400	50
Juni	12.050	11. 950	100
Juli	9.100	8. 800	300
Agustus	12.300	11. 900	250
September	11. 250	11.050	100
Oktober	10.100	9.900	200
November	8.950	8. 700	250
Desember	7.750	7.300	200

Sumber:Badan Usaha Batako, 2021

Dari tabel 1.1 menunjukan bahwa ada masalah yang timbul pada badan Usaha Batako yaitu penjualan selama periode 2021 mengalami naik turun disaat permintaan akan bahan bangunan batako di Buton Tengah meningkat, inilah salah satu yang melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian untuk mengetahui apakah yang menyebabkan naik turunnya penjualan batako.

Dari beberapa pernyataan diatas dapat dilihat bahwa strategi dalam penerapan pemasaran yang dilakukan oleh Badan Usaha Batako Bapak Gaba sudah berjalan tetapi belum maksimal. Hal ini secara tidak langsung membuktikan bahwa pemasaran belum dikatakan berhasil walaupun sudah menerapkan strategi *marketing mix* dan juga belum menunjukan hasil yang optimal, terutama masalah yang timbul dari segi harga yang mengalami penurunan harga jual produk hingga mencapai Rp. 900,00 perbiji, sehingga membuat pemilik usaha harus mencari inisiatif agar mampu mengimbangi antara harga jual produk dengan biaya bahan baku dan biaya lainnya agar penjualan masih bisa berjalan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan startegi *marketing mix* apa yang tepat untuk meningkatkan penjualan, untuk itu peneliti mengambil judul penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam penerapan:**Strategi *Marketing Mix* Pada Badan Usaha Batako Di Desa Nepa Mekar Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah.**

1.2. Fokus Penelitian

Dalam penulisan tugas akhir, saya akan mengungkap beberapa hal yang berkaitan dengan strategi *marketing mix* pada Badan Usaha Batako di Desa Nepa Mekar Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah. Namun saya akan lebih memfokuskan bagaimana pemilik usaha menerapkan strategi *marketing mix*dalam meningkatkan penjualanpada Badan Usaha Batako di Desa Nepa Mekar Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah.

1.3. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan yang timbul adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapanstrategi *marketing mix* padaBadan Usaha Batako di Desa Nepa Mekar Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah?
2. Bagaimana strategi *marketing mix* dalam meningkatkan penjualan pada Badan Usaha Batako di Desa Nepa Mekar Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan strategi*marketing mix* pada Badan Usaha Batako di Desa Nepa Mekar Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah

2. Untuk mengetahui strategi*marketing mix* dalam meningkatkan penjualan pada Badan Usaha Batako di Desa Nepa Mekar Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah

1.5. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan diharapkan memperoleh beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran yang berguna dan bermanfaat tentang strategi pemasaran khususnya bauran pemasaran (*marketing mix*)

2. Secara praktis

   Sebagai bahan masukan dan menambah wawasan bagi para pembaca dalam hal bagaimana strategi penerapan *marketing mix* pada badan usaha batako di Desa Nepa Mekar Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah.

1.6. Definisi Operasional

1. Strategi

   Strategi adalah suatu tindakan potensial yang memerlukan keputusan puncak dan sumber daya perusahaan yang besar.Dapat penulis simpulkan dalam penelitian ini bahwa, strategi adalah cara dan penetapan rencana pemasaran guna mencapai tujuan bisnis yang ideal.

2. *Marketing Mix*

   Marketing mix adalah perangkat pemasaran yang baik meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Penulis dapat menyimpulkan bahwa *marketing mix* merupakan alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan dimana perusahaan mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pada pasar sasaran.

3. Badan Usaha Batako

   Badan Usaha Batako merupakan industri bahan bangunan di Desa Nepa Mekar, Kecamatan Lakudo, Kabupaten Buton Tengah yang bergerak dibidang bahan bangunan. Pada awalnya Badan Usaha Batako merupakan *home* industri yang dikelola sendiri oleh sebuah keluarga yakni Bapak Gaba. Adapun bahan baku dari pembuatan Batako terdiri dari batu kapur, semen, dan air yang dicampur menggunakan alat manual yaitu sekop, kemudian dicetak dengan alat pencetak berdasarkan ukuran yang diinginkan, setelah itu dikeringkan menggunakan sinar matahari dalam waktu maksimal dua hari untuk menghasilkan produk yang diinginkan.

   Usaha Batako Gaba mampu mengembangkan usaha hingga saat ini ditengah-tengah persaingan usaha yang bergerak dibidang yang sama. Standar dan kualitas produk mampu dipertahankan

oleh pemilik Usaha Batako yakni Bapak Gaba untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

1.7. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pembahasan penelitian ini, secara garis besar penulis membagi menjadi lima bab. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, serta sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan pustaka, pada bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu yang relevan sekaligus dengan landasan teori yang berhubungan dengan judul penelitian.

Bab III metodologi penelitian, bab ini memberikan penjelasan tentang jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta teknik pemeriksaan keabsahan data.

Bab IV Hasil penelitian dan pembahasan, bab ini memberikan penjelasan tentang sejarah awal berdirinya usaha, penerapan *strategi marketing mix* sertaanalisisstrategi *marketing mix* dalam meningkatkan penjualan pada badan usaha Batako di Desa Nepa Mekar Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah

Bab V Penutup, bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan pada penelitian tersebut, dan limitasi atau keterbatasan dari penelitian.

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KENDARI