# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era moderen sekarang bisnis dibidang makanan akan selalu berkembang, baik dari kuantitas maupun kualitasnya. Faktanya didasarkan ada kenyataan bahwa makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Dan permintaan pangan yang terus meningkat karena merupakan kebutuhan dasar manusia berimbas terhadap peningkatan penawaran makanan (A.A Maslow). Hal ini sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran. Oleh karena itu, bisnis dibidang makanan juga selalu meningkat dan berkembang dari waktu kewaktu.

Dan tidak sedikit pula masyrakat mulai membangun bisnis makanan sebagai contoh adalah bisnis restoran dan bisnis *popular catering* (*café, coffe shop, toko roti/ bakery dan steak house)*. Semakin banyaknya bisnis makanan yang berkembang, kususnya bisnis *toko cookies/bakery* atau toko kue, namun tidak semuanya mampu bertahan lama. Sebagian besar bisnis tersebut jatuh atau bangkrut karena beberapa factor, antara lain factor manajemen yang masih sederhana, kekurangan modal usaha dan hilangnya konsumen untuk mencari alternative produsen lain (Tull & Kahle dalam Tjipto 1997),

Hilangnya konsumen ini salah satunya dikarenakan terjadi penurunan jumlah produk yang terjual. Bila terjadi penurunan penjualan maka pembisnispun akan kesulitan untuk membeli bahan baku untuk membuat produk, sehinga dalam produksinya akan mengalami penurunan kualitas dan berdampak kepada penjualan. Sedangkan konsumen akan mencari produk yang mereka inginkan atau harapkan yang akan membuat mereka puas.

Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam penjualan produk untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah penggunaan *marketing mix* atau disebut dengan bauran pemasaran. *Marketing mix* merupakan satu konsep kunci dalam teori pemasaran modern dan alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaranya dalam pasar sasaran. Dengan menerapkan strategi *marketing mix* berikut, Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Penyaluran/Place, Strategi promosi maka perusahan pun tidak usah khawtir akan pengembangan perusahaan.

Dengan demikian, faktor yang ada dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan variabel-variabel yang diharapkan mampu menciptakan kepuasan konsumen, atau dengan kata lain variabel-variabel tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk. Suatu perusahaan mungkin bertujuan agar kualitas produk yang dipasarkannya selalu yang terbaik. Untuk itu perlu ada penelitian dan pengembangan yang terus menerus.

*Place* adalah tempat penjualan atau wadah yang digunakan untuk memasarkan suatu produk. *Place* merupakan salah satu faktor penting dalam *marketing mix* agar pemasaran yang dilakukan dapat berjalan dengan maksimal dan produk yang ditawarkan dapat dengan mudah didapatkan oleh konsumen yang membutuhkan. Dan dalam media penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting menentukan bagi perusahan dalam mencapai tujuan perusahan yang memperoleh laba untuk menjangga kelangsungan hidup perusahaan. *Trade Selling, Missionary Selling, Technical Selling, New businies Selling, Responsive Selling* adalah factor pendukung dalam penjualan. Laba merupakan selisih positif antara pendapatan dalam suatu periode dan biaya yang dikeluarkan untuk mendatangkan laba.

Gwen cookies salah satu perusahaan swasta atau home industry yang menggunakan beberapa cara penjulan menggunakan *marketing mix* (bauran pemasaran) yang memproduksi cookies costum yang kurang maksimal dalam

penjulan, tempat, harga. Gwen Cookies Merupakan perusahaan yang didirikan pada tanggal 23 Mei 2010 dengan luas tanah pabrik 400m2 dengan ijin Dinkes No.Dinkes 2093273011147 dan memiliki surat izin usaha perdagangan (SIUP) Nomor: 501/1-0152/2006/0497 –BPMPPT yang beralamat di JL.Raya Lembang No. 244 Kel. Lembang Kec. Lembang Kab. Bandung barat yang di pimpin sekaligus pemilik gwen cookies Woendi Sinjaya M.M.

Dan dalam permasalahan ini perusahaan meminta untuk menganalisis, mengembangkan dan menentukan strategi marketing penjualaan 4P dalam perusahaan Gwen cookies dalam pengembanganya. Mengingat potensi perusahaan dan permasalahan yang ada, maka penulis tertarik untuk menjadikan bahan Tugas akhir dengan judul ***"ANALISIS PENGARUH MEDIA PENJUALAN TERHADAP LABA PENJULAN PRODUK GWEN COOKIES LEMBANG ".***

**1.2. Indentifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat mengidentifikasikan masalah yang berhubungan dengan *marketing mix* memberikan penjelasan dan ruang lingkup yang mudah di pahami dan tidak menyimpang dari poko permasalahan yang telah di uraikan yaitu :

1. Bagaimana besar pengaruh media penjulan Riseller, Facebook, Instagram terhadap penjualan produk.
2. Bagaimana besarnya pengaruh dari masing-masing media penjualan Riseller, Facebook, Instagram terhadap penjualan produk.

**1.3. Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Menentukan besarnya pengaruh media penjualan Riseller, Facebook, Instagram terhadap penjualan produk.

2. Menentukan besaranya pengaruh masing-masing media penjualan Riseller, Facebook, Instagram terhadap penjualan produk.

### 1.4. Pembatasan Masalah

Supaya penelitian bisa lebih terfokus dan jelas maka dibuat batasan masalah, batasan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berukit:

- Penelitian hanya dilakukan di workshop/pabrikasi gwen cookies.
- Penelitian dilakukan pada produk cookies costum.

### 1.5. Asumsi

Asumsi yang dilakukan pada penilitian ini adalah sebagai berikut:

- Dikarenakan permintaan produk oleh konsumen tidak menentu maka bahan baku untuk produksi pun belum menentu.
- Pada proses penjualan di tentukan oleh permintaan konsumen.

### 1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir adalah sebagai berikut:

**Bab 1 Pendahuluan**

Berisikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, pembatasan masalah dan hasil dari penelitian.

**Bab 2 Landasan Teori**

Berisikan tentang teori-teori yang dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan suatu penelitian di workshop Gwen cookies.

**Bab 3 Kerangka Pemecahan Masalah**

Berisikan suatu gambar yang berbentuk *flowchart* untuk memecahkan suatu masalah. Dan mengenai cara-cara yang sistematik untuk memecahkan suatu masalah yang terjadi.

**Bab 4 Pengolahan Data**

Berisikan data-data yang diperlukan dalam mencapai tujuan penelitian serta melakukan pengolahan terhadap data-data yang ada, sesuai dengan metode yang telah ditentukan.

**Bab 5 Analisis**

Membahas tentang analisis terhadap hasil dari pengolahan data yang telah dilakuka.

**Bab 6 Kesimpulan**

Berisikan mengenai garis besar dari hasil akhir semua isi laporan penelitian di workshop Gwen cookies.