

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sekarang ini banyak perusahaan saling berlomba untuk mendapatkan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan. Perusahaan yang tidak mencapai target penjualannya, salah satunya disebabkan oleh kurang tepatnya strategi pemasaran yang digunakannya.

Strategi pemasaran yang tepat sangat penting dikaji dalam rangka meningkatkan volume penjualan. Berhasil atau tidaknya perusahaan sangat ditentukan bagaimana cara yang dikembangkan oleh perusahaan untuk dapat bersaing dalam merebut konsumen dalam penerapan strategi pemasaran yang efektif. Apabila strategi pemasaran yang digunakan tidak tepat, maka pelaksanaan yang baik pun tidak memberikan hasil yang memuaskan.

Oleh karena itu, pemilihan dan penentuan strategi pemasaran ini sangat penting dalam hubungannya dengan tujuan perusahaan yang ingin meningkatkan volume penjualannya. Penentuan taktik yang tepat, akan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Secara umum tujuan dari perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimum sehingga perusahaan dapat terus berkembang. Penerapan strategi pemasaran dalam perusahaan sangat berpengaruh dalam kinerja perusahaan yang bersangkutan, sebab dalam penerapannya posisi perusahaan dipasar potensial sangat dipengaruhi oleh berhasil atau tidaknya strategi pemasaran yang digunakan. Hal ini juga merupakan sumber dana bagi kelangsungan hidup perusahaan untuk terus berkembang, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Produk yang bermutu tinggi dengan harga yang sama dengan pesaingnya tidak diragukan lagi mampu mengalahkan pesaingnya yang kurang berorientasi pada pelayanan pelanggan. Karena pelayanan kepada pelanggan merupakan nilai tambah bagi produk tersebut.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka penulis ingin mengetahui lebih lanjut strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada UD SURYA ABADI yang akan dibahas dalam bentuk penulisan ilmiah dengan judul : “ **STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN UD SURYA ABADI FURNITURE**”

1.2 Rumusan Masalah

Bahwa strategi pemasaran suatu perusahaan perlu dikaji karena strategi pemasaran yang digunakan perusahaan berpengaruh terhadap volume penjualan dan akan sangat menentukan kelangsungan perusahaan. Apabila strategi pemasaran yang digunakan tidak tepat, maka akan kurang mengena pangsa pasar yang dituju , yang pada akhirnya tidak mampu menaikkan volume penjualan, bahkan mungkin volume penjualan justru menurun. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat, merupakan salah satu faktor terpenting dalam meningkatkan volume penjualan. Dalam berbagai literatur akademis, dikenal 5 strategi pemasaran yaitu, : *mengenal pelanggan, melakukan promosi, memilih lokasi yang strategis, penggunaan internet marketing, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan*. Berdasarkan beberapa hal di atas, maka penulis menyusun pertanyaan penelitian sbb :

1. Apa strategi yang digunakan oleh perusahaan UD SURYA ABADI dalam rangka meningkatkan volume penjualan produknya.

2. Bagaimana penerapan strategi pemasaran yang digunakan oleh UD.SURYA ABADI untuk meningkatkan penjualan produknya
3. Seberapa besar peranan strategi pemasaran terhadap volume penjualan.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi yang digunakan oleh perusahaan UD SURYA ABADI dalam rangka meningkatkan volume penjualan produknya.
2. Mengetahui penerapan strategi pemasaran yang digunakan oleh UD.SURYA ABADI untuk meningkatkan penjualan produknya
3. Mengetahui besar peranan strategi pemasaran terhadap volume penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- ◊ Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian akademis pada topik yang sama dan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah teoritik manajemen pemasaran khususnya strategi pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat praktis bagi stakeholder atau pengambil kebijakan perusahaan terutama dalam menentukan strategi pemasaran perusahaan dalam rangka meningkatkan penjualan.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan tugas akhir ini terdira dari 5 bab. Bab 1 berisi laporan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penbelitian dan sistematika penulisan. Bab 2 berisi landasan teori terdiri dari pengertian manajemen pemasaran, strategi pemasaran. Bab 3 berisi metode penelitian yang terdiri dari metode penelitian, teknik pengumpulan data, jenis data. Bab 4 berisi hasil pembahasan yang terdiri dari sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, proses produksi, jenis produk, pembahasan strategi pemasaran. Bab 5 berisi kesimpulan dan saran.