

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam setiap perusahaan kegiatan tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Sedangkan penjualan merupakan aktivitas atau bisnis yang menjual produk atau jasa, sedangkan penjual memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli untuk suatu harga tertentu yang dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti penjualan langsung maupun melalui agen terdekat. Tujuan penjualan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti apa yang telah direncanakan. Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi dan perlu adanya cara untuk menstabilkan penjualan dalam kegiatan pasar.

Semakin berkembangnya dunia usaha saat ini, perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan persaingan-persaingan dalam dunia usaha. Jika perusahaan ingin bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain, maka perusahaan harus memperhatikan masalah pokok yaitu pemasaran, selain itu perusahaan harus selalu melakukan evaluasi dan inovasi produk agar tidak kalah menarik dan usaha tetap berjalan. Dalam melakukan pemasaran yang baik penjual harus mengetahui dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk yang akan ditawarkan sesuai dengan

keinginan konsumen. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan khususnya dalam pemasarannya dalam meningkatkan penjualan produknya.

Pertumbuhan belanja di toko online dapat meningkat secara cepat bahkan menjuru ke seluruh dunia yang terjadi di negara-negara Asia Tenggara, pertumbuhan industri perdagangan online di Indonesia dominan kategori yang diminati yaitu produk fashion, produk kecantikan dan berbagai macam produk kesehatan lainnya. Dari pertumbuhan peningkatan pengguna aplikasi online bahwa salah satu strategi pemasaran yang dipergunakan pada toko online dapat memberi dampak baik kepada pengguna internet, terutama orang yang suka belanja online dapat memudahkan melakukan pembelian secara tidak langsung, sehingga dapat memesan sambil mengerjakan pekerjaan lainnya tanpa mengurangi waktu dan juga menguntungkan bagi penjual produk melalui marketplace yang tidak harus menawarkan barang keliling secara langsung.

Strategi pemasaran adalah usaha dalam memasarkan sebuah produk, barang, atau jasa dengan cara tertentu untuk memperkenalkan produk secara luas kepada masyarakat agar dapat mengenali produk yang kita jual. Promosi adalah salah satu cara mengenalkan, menawarkan, dan menjual produk dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk. Promosi dapat dilakukan dengan 5 cara yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya yaitu penjualan pribadi (personal selling), periklanan (advertising), publikasi (publicity), promosi penjualan (sales

promotion), dan hubungan masyarakat (public relationship). Dalam menjalankan sebuah bisnis tentu diperlakukan adanya strategi pemasaran.

Strategi pemasaran dalam sebuah penelitian dapat mempengaruhi pembelian offline maupun pembelian online dengan menyebutkan faktor yang mampu mempengaruhi pola pikir seseorang untuk melakukan pembelian menggunakan konsep teori strategi pemasaran dan memanfaatkan faktor pembelian online maupun pembelian yang ada di offline. Dengan cara tersebut dapat mengurangi dan mengeluarkan produk yang kita buat secara cepat dan mudah. Dalam menjual produk harus membuat strategi pemasaran untuk mengetahui dan memudahkan kita merancang penjualan produk yang akan kita buat.

Berdasarkan penelitian dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti yang berfokus pada strategi pemasaran penjualan produk melalui offline maupun online di toko Edwi.id Madiun dapat dilihat ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi yaitu kepercayaan, harga, kenyamanan, kualitas produk dan kepuasan. Selain itu penjualan melalui online maupun offline juga dapat mempengaruhi peningkatan dan penurunan penjualan produk yang dijual. Dengan adanya marketplace dapat meningkatkan penjualan produk dengan cepat yang banyak diakses oleh semua orang secara gampang dan bahkan mendunia yang tidak perlu melakukan pembelian dengan cara mendatangi langsung toko dan produk yang akan dibeli namun, dapat memesan dengan cara mengunjungi toko marketplace dan memesan produk yang akan dibeli, kemudian tinggal menunggu dan membayar, bahkan dapat melakukan pembayaran dimanapun. Sedangkan

pembelian offline hanya dapat melakukan pembelian di tokonya saja dan hanya dapat dibeli dengan cara tunai.

Toko Edwi.id merupakan usaha yang bergerak di bidang perdagangan yang sudah berdiri sejak Juni 2018 dipimpin oleh Ibu Mertiza. Toko Edwi.id menjual berbagai macam produk terutama kosmetik dan *skincare* yang merupakan produk unggulan dan berbagai jenis produk lain antara lain baju, hijab, sepatu/sandal, dompet, asesoris, alat tulis, dan lain sebagainya. Toko Edwi.id telah menerapkan strategi pemasaran dengan menjual produk yang diperuntukkan untuk semua kalangan yaitu anak-anak, remaja, dewasa, laki-laki maupun perempuan. Saat ini penjualan melalui shoppe, instagram, dan whatsapp yang lebih difokuskan ke daerah Kota Madiun dengan membuat pengiriman dari Madiun. Sedangkan dalam melakukan promosi Toko Edwi.id Madiun ini telah melakukan berbagai bentuk promosi yang didukung dengan jumlah dana kegiatan promosi, yang tak lain untuk meningkatkan jumlah penjualan. Promosi lain yang telah aktif dilakukan melalui media sosial instagram, facebook, promosi melalui toko *offline*, penyebaran brosur, pemasangan banner, pemberian garansi retur barang, melalui keikutsertaan sponsor, pemberian diskon, member, dan *pre-order*. Selain itu untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian Toko Edwi.id Madiun juga mulai aktif melakukan promosi *marketplace* shoppe, instagram, serta promosi *online* lainnya. Dalam menjalankan promosi Toko kosmetik Edwi.id Madiun menggunakan konsep promosi konvensional dimana cenderung lebas nilai dan tujuan utama adalah mencapai laba sebesar-besarnya. Bentuk promosi yang

dilakukan pada Toko online Edwi.id di Madiun salah satunya dengan memberikan discount potongan harga, pemberian voucher toko, memfasilitasi gratis ongkir kirim pada provinsi Jawa Timur dan subsidi ongkos kirim (diluar Jawa Timur) dan pada instagram Toko Edwi.id juga sering mengadakan diskon pembelian, namun pembelian melalui toko *online* belum berjalan maksimal bahkan masih dikatakan rendah, dibuktikan dengan respon konsumen terhadap promosi sangat minim. Selain itu promosi juga dilakukan dengan menjalin dengan masyarakat Toko kosmetik Edwi.id Madiun sebelumnya juga mengadakan bazar di setiap minggunya, untuk mengenalkan kepada masyarakat produk yang dijualnya.

Dalam menghadapi fakta yang terjadi menunjukkan bahwa Toko kosmetik Edwi.id Madiun telah berupaya melakukan strategi pemasaran yang bertujuan untuk menarik minat beli konsumen dan sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah pendapatan laba. Namun, pada kenyataannya bentuk promosi yang dilakukan belum berhasil mencapai target dalam strategi pemasarannya. Artinya penerapan strategi pemasaran dan bentuk promosi pada Toko kosmetik Edwi.id Madiun saat ini belum sesuai dengan target pasar yang ada. Sehingga hal ini dapat mengakibatkan bentuk promosi yang dilakukan menjadi kurang efektif dan mengakibatkan nilai penjualan belum mencapai target bahkan mengalami penurunan dan juga mengalami kenaikan pada setiap bulannya.

Dalam pembelian offline dapat meningkat karena adanya pelayanan yang baik, produk yang lumayan lengkap sehingga mudah untuk dicari oleh

konsumen dan promosi produk dapat mempengaruhi customer untuk membeli produk yang kita tawarkan tersebut. Dalam strategi pemasaran dengan cara offline juga mempengaruhi peningkatan pertumbuhan penjualan naik 30% dari tahun sebelumnya. Penjualan secara offline justru lebih banyak dikunjungi dan disukai konsumen, karena dapat melihat dan mengetahui secara langsung produk yang akan dibeli. Sedangkan pembelian secara online hanya dapat melihat produk digambar dan ulasan pembeli.

Berdasarkan data di atas yang berasal dari pengamatan peneliti, hasil jurnal penelitian dan fenomena yang ditemui. Peneliti menemukan toko Edwi.id Madiun mengalami peningkatan di setiap bulannya dengan cara pembelian offline, sedangkan untuk pembelian dengan cara online masih mengalami naik turunnya penjualan. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya update produk, promosi dan kurang aktif sosial media yang hanya fokus kepada pembelian secara langsung di store.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang terdapat di penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan komponen strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan Online dan Offline pada Toko kosmetik Edwi.id Madiun?
2. Bagaimana penerapan bentuk promosi yang dapat diterapkan dalam meningkatkan penjualan Online dan Offline pada Toko kosmetik Edwi.id Madiun?

## C. Tujuan Penelitian dan Manfaat

### 1) Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui penerapan komponen strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan offline dan online pada Toko kosmetik Edwi.id Madiun ?
2. Untuk mengetahui penerapan cara promosi dalam meningkatkan penjualan online dan offline pada Toko kosmetik Edwi.id Madiun?

### 2) Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan tersebut maka penelitian ini memiliki manfaat yang dapat dicapai yaitu:

#### 1. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk melakukan penelitian yang sejenis.

#### 2. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan saran dan masukan serta wawasan informasi bagi pihak perusahaan yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan offline dan online.

#### 3. Bagi Penelitian Mendatang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan baru dalam penelitian mendatang bagi manajemen khususnya di bidang

pemasaran untuk mengembangkan strategi pemasaran dan promosi guna meningkatkan penjualan.

