

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berkembangnya sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh banyaknya tingkat volume penjualan produk barang atau jasa, agar keberlangsungan sebuah perusahaan dapat dipertahankan, volume penjualan menjadi faktor yang sangat penting untuk diperhatikan. Untuk itu penting bagi perusahaan untuk membekali pengetahuan mengenai strategi pemasaran. Perusahaan akan mampu bertahan dalam ketatnya persaingan bisnis apabila dapat menerapkan strategi pemasaran dengan baik. Apabila perusahaan mampu menerapkan hal ini tentu akan berdampak baik pula terhadap volume penjualan. Jika target perusahaan telah terpenuhi, maka akan menjadi sebuah indikator yang baik bagi keberlangsungan perusahaan atau UMKM tersebut (Pambayun, Aziz & Djamaludin, 2018 : 2).

Menurut Qonita Afatsyar (2018:2823) Mebel merupakan usaha yang sangat diminati di era ini. Mebel merupakan elemen pendukung dalam menambah nilai estetika dari rumah, kantor dan gedung-gedung terlebih untuk meningkatkan prestise tersendiri. Berbagai macam style dan gaya tersendiri yang ditawarkan dari model-model mebel membuat usaha mebel semakin berkembang. Persaingan antara bisnis sejenis semakin ketat diakibatkan karena munculnya berbagai macam usaha yang sejenis seperti toko mebel lain. Maka dari itu perusahaan diharapkan agar mampu menciptakan produk-produk yang lebih inovatif dan unik untuk menarik konsumen, serta ide-ide yang kreatif agar tetap bertahan. Industri mebel adalah sebuah usaha yang sangat menjanjikan di Indonesia, hal tersebut dikarenakan peluang bisnis yang tinggi. Dalam industri mebel barang yang dihasilkan sangatlah beragam mulai dari kursi, meja, lemari dan perabotan lainnya.

RJP Furniture Jepara merupakan salah satu toko usaha yang bergerak dibidang industri furniture dan mebel di Jepara, berlokasi di Jalan Raya Bugel – Jepara, Desa Mantingan RT 22 RW 09 Tahunan Jepara. Toko RJP Furniture Jepara menjual berbagai macam produk perabotan furniture seperti lemari hias, lemari

sudut, lemari pajangan, lemari rak buku dll. Produk yang dimiliki oleh perusahaan kadang pula dimiliki oleh perusahaan lain, hal ini membuat persaingan untuk memperoleh pelanggan, mutu dan kualitas produk yang dapat memuaskan konsumen semakin kompetitif dalam merebut pangsa pasar. Manajemen perusahaan harus berusaha bagaimana caranya memperoleh pelanggan, mutu, dan kualitas produk yang dapat memuaskan konsumen, yang tidak kalah penting adalah kepercayaan konsumen terhadap produk yang dimiliki.

**Tabel 1.1 Daftar Harga Lemari**

<b>NAMA PRODUK</b>	<b>HARGA (Rp)</b>
<b>LEMARI SUDUT</b>	<b>700.000</b>
<b>LEMARI SEGI 6</b>	<b>850.000</b>
<b>LEMARI HONGKONG</b>	<b>1.350.000</b>
<b>LEMARI JAWA P2</b>	<b>1.400.000</b>
<b>LEMARI SUDUT CINCIN</b>	<b>1.400.000</b>
<b>LEMARI UKIR MAWAR P2</b>	<b>1.200.000</b>
<b>LEMARI PALEMBANG P2</b>	<b>1.250.000</b>
<b>LEMARI UKIR KERANG</b>	<b>1.350.000</b>
<b>LEMARI ITALY P3</b>	<b>1.900.000</b>
<b>LEMARI AMBON</b>	<b>900.000</b>
<b>LEMARI SEGI 5</b>	<b>1.400.000</b>
<b>LEMARI RAK BUKU P2</b>	<b>1.200.000</b>

Sumber: Toko Mebel RJP Furniture Jepara, 2021.

Setiap perusahaan pasti memiliki pesaing dengan jenis yang sama di dalam suatu daerah atau pasar. Persaingan dari beberapa hal bertujuan untuk meraih hati atau minat konsumen agar mau membeli atau menggunakan produk perusahaan tersebut. Pesaing menjadi hal yang paling diamati, karena dapat menjadi penghambat

suatu perusahaan untuk berkembang. Persaingan berupa harga, kualitas produk yang ditawarkan serta pelayanan menjadi hal yang sangat berpengaruh dari masing-masing perusahaan karena berpengaruh pada volume penjualan. Sedangkan saat ini persaingan dari segi harga menjadi persaingan yang sangat berpengaruh dalam meraih hati minat konsumen baru atau mempertahankan loyalitas konsumen. Dengan produk yang sama konsumen akan memilih harga yang lebih murah, terkadang konsumen juga tidak memperhatikan kualitas dan kuantitas yang ada (Puspitasari, 2018 : 2).

**Tabel 1.2 Data Toko Mebel di Desa Mantingan**

NO	NAMA TOKO	ALAMAT
1	RJP FURNITURE JEPARA	MANTINGAN
2	UMAM LUTHFI MEBEL	MANTINGAN
3	AZRINA JATI FURNITURE	MANTINGAN
4	AHMAD JATI REJO	MANTINGAN
5	MAHA KARYA JATI	MANTINGAN
6	NGEBONG JATI	MANTINGAN
7	DAFA JATI MEUBEL	MANTINGAN
8	MZ FURNITURE	MANTINGAN
9	ADI JAYA FURNITURE	MANTINGAN
10	MEBEL AL-MADINAH	MANTINGAN

Sumber : Hasil survey bulan juli 2021.

Saat ini harga mebel di RJP Furniture Jepara jika dibandingkan dengan toko mebel lain memang lebih mahal sedikit, karena toko mebel RJP Furniture Jepara menawarkan produk dengan kualitas dan kuantitas yang lebih, sedangkan konsumen banyak yang melihat dari segi harganya saja. Perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan dan tetap mempertahankan konsumennya untuk membeli atau menggunakan produk mebel dari RJP Furniture Jepara. Sehingga perusahaan harus berusaha mengetahui siapa yang menjadi pesaing dan apa yang akan dilakukan pesaing dengan mengetahui siapa

dan tindakan apa yang dilakukan oleh pesaing, maka dari itu perusahaan dapat mengantisipasi dengan membuat pertahanan yang kuat atas serangan yang mungkin dilakukan oleh pesaing, dan perusahaan dituntut untuk mengambil kebijakan yang tepat dalam menganalisis persaingan yang kompetitif.

Para pemilik usaha diharapkan mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan yang terjadi di era zaman sekarang ini dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Suatu usaha bisa mengalami kegagalan jika pemilik usaha tidak dapat menyesuaikan diri dengan kondisi pasar yang ada. Keberhasilan suatu usaha yaitu dengan memanfaatkan peluang yang ada sekarang dan yang banyak digemari oleh konsumen. Demi kelangsungan hidup perusahaannya, para pemilik usaha diharuskan lebih inovatif dalam menjalankan strategi sebuah usaha (Rahmi Rangkuti, 2018 : 2).

Manajemen perusahaan diharapkan mampu menjalankan perusahaannya dengan baik supaya perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Sehingga konsumen tidak berpindah ke perusahaan lain. Salah satu upaya yang perlu dilakukan dalam menghadapi persaingan dengan cara menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif, strategi pemasaran ini bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Penentuan strategi sangat erat hubungannya dengan tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan serta sangat menentukan dalam pemilihan taktik yang digunakan untuk melaksanakan strategi pemasaran tersebut agar tujuan perusahaan tercapai.

Tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan atau laba sebesar-besarnya. Besar kecilnya laba dapat mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan. Dalam memperoleh laba, perusahaan sangat membutuhkan faktor pemasaran dalam memasarkan produk atau jasanya. Salah satu strategi pemasaran yang efisien, dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik apabila dapat meningkatkan dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas /kualitas produk yang diproduksi oleh perusahaan. Maka pihak manajemen harus menerapkan sebuah strategi yang dapat memanfaatkan peluang yang ada dan

berusaha mengurangi dampak ancaman yang ada sehingga menjadi suatu kesempatan (Sri Wulandari, 2014 : 2).

Pengukuran penjualan dilakukan sebagai instrumen manajemen untuk menganalisis dan mendorong efektivitas, sehingga tingkat penjualan akan memberikan kontribusi yang besar bagi sebuah perusahaan. Volume penjualan yaitu ukuran yang menunjukkan kontinuitas atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual (Daryono, 2011 : 187).

Volume penjualan merupakan ukuran efisiensi dalam kegiatan pemasaran, meskipun kenaikan volume penjualan belum tentu diikuti dengan kenaikan laba. Keberhasilan perusahaan mendapatkan konsumen ditentukan oleh hubungan baik yang dijalin dengan konsumen. Hubungan yang baik akan tercipta apabila perusahaan memberikan kepuasan kepada setiap konsumen terhadap kebutuhan dan keinginannya (Yusnia Puspitasari, 2018 : 5).

Supaya perusahaan dapat mengetahui seperti apa strategi pemasaran dan harus bagaimana diterapkan didalam perusahaan. Maka usaha mebel RJP Furniture Jepara perlu mengetahui dan menganalisis masalah internal dan eksternal perusahaan. Salah satu cara untuk memahami faktor internal dan faktor eksternal didalam sebuah perusahaan adalah dengan pendekatan analisis SWOT. Perusahaan harus mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dengan pendekatan analisis SWOT. Analisis SWOT sendiri merupakan identifikasi beragam faktor secara efisien guna merencanakan strategi pada perusahaan, penelitian ini bergantung pada logika yang dapat meningkatkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunity*), sehingga secara bersamaan dapat mengatasi kelemahan (*Weakness*) dan juga Ancaman (*Threats*). (Rangkuti, 2016 : 19).

Menurut Suryatama Erwin (2014:29) Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan atau *Strengths*, kelemahan atau *Weaknesses*, peluang atau *Opportunities*, dan ancaman atau *Threast* dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis, sehingga dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya.

Maka dari itu dapat dilihat bahwa Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weakness*) serta Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) di lingkungan perusahaan, Kekuatan merupakan sumber daya yang dapat dipergunakan perusahaan secara efisien guna mencapai tujuan perusahaan. Kelemahan merupakan kekurangan, kesalahan, atau cacat dalam perusahaan yang dapat menghambat dalam mencapai tujuan. Peluang merupakan suatu kondisi yang menguntungkan sebuah perusahaan, sedangkan Ancaman merupakan kondisi yang kurang menguntungkan di lingkungan perusahaan yang dapat menghalangi tujuan perusahaan.

Strategi yang dapat dijalankan oleh manajemen perusahaan salah satunya yaitu dengan menyusun strategi yang cocok dengan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Dengan begitu, maka suatu perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi peluangnya (*opportunity*) dan apa yang menjadi ancamannya (*threats*). Setelah menganalisis lingkungan eksternal, maka sebuah perusahaan dapat lebih meningkatkan lingkungan internalnya seperti kekuatan (*strenght*) dan meminimalisir kelemahan (*weakness*), sehingga perusahaan dapat menghadapi para pesaingnya. (Qonita Afatsyar, 2018 : 2824).

Setiap perusahaan harus mengetahui perubahan lingkungan yang terjadi, mengingat hal tersebut sangat penting untuk memutuskan strategi yang akan diterapkan perusahaan dalam mencapai tujuan. Dengan demikian dibutuhkan perencanaan yang matang dalam mencapai tujuan tersebut. Semakin mudah suatu lingkungan berubah, maka akan berdampak terhadap pelaksanaan strategi yang semakin besar. hal tersebut sangat penting dalam menentukan strategi pemasaran. Perkembangan zaman dan teknologi menuntut sebuah perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan keadaan dan kondisi yang ada. Suatu perusahaan yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya cepat atau lambat akan tertinggal dari lingkungan bisnis, sehingga penting untuk melakukan sebuah strategi yang efektif agar terjadi kontinuitas perusahaan sehingga dapat membantu dalam pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Dalam penerapan atau pelaksanaan semua program perusahaan, membutuhkan suatu rencana pemasaran yang tepat dan efisien,

karena di sebuah bisnis tidak menutup kemungkinan adanya persaingan, sehingga perusahaan dapat menjalankan analisis tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang memperlambat perkembangan perusahaan serta tujuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dapat tercapai semaksimal mungkin. (Lubis A.L, 2019 : 1).

**Tabel 1.3 Data Penjualan Lemari Periode 2018-2020.**

BULAN	JUMLAH PENJUALAN LEMARI (UNIT)		
	2018	2019	2020
JANUARI	26	57	47
FEBRUARI	64	28	49
MARET	53	19	38
APRIL	52	45	16
MEI	62	41	15
JUNI	15	34	76
JULI	59	64	44
AGUSTUS	60	68	70
SEPTEMBER	44	69	47
OKTOBER	29	52	43
NOVEMBER	59	50	28
DESEMBER	117	56	39
<b>TOTAL</b>	<b>640</b>	<b>583</b>	<b>512</b>

Sumber : Toko Mebel RJP Furniture Jepara Tahun 2018-2020

Dari tabel diatas menunjukkan adanya penurunan penjualan mebel RJP Furniture Jepara selama 3 tahun terakhir yaitu dari tahun 2018-2020. Dimana pada tahun 2018, jumlah penjualan mencapai 640 unit lemari, sedangkan pada tahun 2019, jumlah penjualan menjadi 583 unit lemari dan di tahun 2020, jumlah penjualan menurun menjadi 512 unit lemari.

Maka dari itu perusahaan harus mempunyai strategi tersendiri agar dapat memenangkan persaingan untuk merebut pangsa pasar juga menarik minat

konsumen. Usaha mebel RJP Furniture Jepara harus melihat faktor internal dan faktor eksternal perusahaan untuk melihat kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya. Perusahaan harus lebih jeli dalam menerapkan strategi pemasaran, jika strategi pemasaran yang digunakan tepat sasaran maka berdampak pada kenaikan volume penjualan, begitupun sebaliknya apabila strategi pemasaran tidak tepat sasaran maka berakibat pada penjualan yang akan mengalami penurunan, dimana hal tersebut diakibatkan oleh berbagai hal, salah satunya penetapan strategi yang dianggap kurang akurat dan semakin banyak yang menggeluti usaha dibidang sejenis serta persaingan harga menyebabkan ketatnya persaingan sehingga membuat perusahaan diharuskan untuk menciptakan strategi yang efektif agar dapat bertahan menghadapi persaingan sehingga volume penjualan perusahaan tetap meningkat.

Research gap yang melatar belakangi penelitian ini yaitu adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian yang dilakukan Raznilawati, Z (2017) yang menyatakan bahwa faktor peluang dan kekuatan yang terdapat pada Café Enzyme Palopo berpengaruh besar terhadap peningkatan penjualan Pada Café Enzyme Palopo yang mereka jalankan dan faktor kelemahan dan ancaman berpengaruh terhadap usaha tersebut, tetapi pengaruh yang ditimbulkan tidak secara menyeluruh. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Qonita Afatsyar (2019) menunjukkan faktor kekuatan dan peluang yang terdapat pada usaha Adiguna Mebel Surabaya berpengaruh besar terhadap peningkatan volume penjualan.

perusahaan memiliki peluang meskipun mengalami berbagai ancaman. Berdasarkan analisis yang telah dilaksanakan oleh perusahaan adalah strategi diversifikasi. Strategi ini dapat dijalankan dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MEBEL RJP FURNITURE JEPARA MELALUI PENDEKATAN SWOT “.



## 1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, untuk meningkatkan volume penjualan mebel RJP Furniture Jepara ada berbagai cara dan salah satunya adalah dengan menggunakan Analisis SWOT. Maka peneliti perlu membatasi masalah dalam penelitian ini agar tidak menyimpang, maka ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

- 1) Objek penelitian ini adalah toko mebel RJP Furniture Jepara.
- 2) Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah peningkatan volume penjualan dan analisis SWOT.
- 3) Waktu penelitian ini dilakukan selama 4 bulan.

## 1.3 Perumusan Masalah

Berikut beberapa permasalahan yang terjadi pada usaha mebel RJP Furniture Jepara :

- a. Adanya penurunan penjualan mebel RJP Furniture Jepara selama 3 tahun terakhir yakni dari tahun 2018-2020.
- b. Banyaknya usaha-usaha toko mebel yang menjual produk sejenis dengan RJP Furniture Jepara sehingga menimbulkan persaingan yang cukup ketat, sehingga diperlukan penerapan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan.
- c. Perusahaan perlu menganalisis masalah lingkungan internal dan eksternal perusahaan.
- d. Persaingan harga menjadi persaingan yang sangat berpengaruh dalam meraih hati minat konsumen. Dengan produk yang sama konsumen akan memilih harga yang lebih murah, terkadang konsumen juga tidak memperhatikan kualitas dan kuantitas produk yang ada.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan oleh peneliti di atas, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1) Bagaimana meningkatkan volume penjualan mebel RJP Furniture Jepara melalui strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan analisis SWOT?
- 2) Bagaimana analisis lingkungan internal dan eksternal pada usaha mebel RJP Furniture Jepara?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat melalui analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha mebel RJP Furniture Jepara.
- 2) Untuk mengetahui analisis lingkungan internal dan eksternal pada usaha mebel RJP Furniture Jepara

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

- 1) Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran dengan menunjukkan faktor faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha dalam menggunakan analisis SWOT.

- 2) Manfaat Praktis

- a) Bagi Akademis

Hasil penelitian ini dapat membantu dalam menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran dan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya.

- b) Bagi Perusahaan.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran yang positif dan bahan pertimbangan bagi perusahaan yang nantinya

bertujuan untuk melakukan perbaikan di bidang strategi pemasaran melalui pendekatan SWOT untuk meningkatkan volume penjualan.

c) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti tentang analisis peningkatan volume penjualan menggunakan strategi pendekatan analisis SWOT, dan mengetahui perbandingan antara teori dengan fakta atau kenyataan di lapangan dan menerapkannya secara langsung ilmu yang sudah diperoleh selama perkuliahan.

