

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini pemasaran merupakan aspek penting di dalam kegiatan bisnis. Pemasaran sendiri memiliki peranan penting dikarenakan saling berkaitan langsung antara produsen dengan konsumen dalam transaksi jual-beli, dalam sistem pemasaran dibutuhkan strategi yang dapat memberikan pengaruh untuk menentukan berhasil atau tidaknya dalam memasarkan produk, apabila strategi pemasaran yang dilakukan sebuah usaha tersebut mampu memasarkan produknya dengan baik maka keuntungan yang didapat akan maksimal.

*Commanditaire Vennootschap* (CV) yaitu suatu perusahaan yang didirikan oleh satu atau beberapa orang yang bertanggung jawab secara seluruhnya, dengan satu orang atau lebih sebagai pelepas uang, serta diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD).

CV. Ngremboko Klaten adalah perusahaan perseorangan yang didirikan oleh Bapak Marsono pada tahun 1999. CV Ngremboko Klaten terletak di desa Ngendo, Janti Polanharjo Klaten, CV ini bergerak dibidang tekstil dengan produk berupa handuk, kain ihrom dan waslap. Untuk sasaran pemasaran CV. Ngremboko Klaten adalah seluruh wilayah Indonesia, namun yang dijadikan prioritas utama yaitu kota Klaten dan juga kota Sragen karena telah menjadi pelanggan tetap. Untuk jenis pemesanan pada CV. Ngremboko Klaten yaitu *make to order*, dimana ketika pesanan sudah selesai dibuat, maka pembeli dapat langsung mengambil pesanan pada CV. Ngremboko Klaten, namun dapat juga meminta pihak dari CV. Ngremboko Klaten untuk mengirimkan pesanan tersebut.

Permasalahan yang terjadi pada CV. Ngremboko Klaten salah satunya terletak pada pemasaran, dimana pemasaran yang dilakukan masih dirasa kurang, dengan perbulannya hanya memproduksi 10000-15000 pcs dan masih jauh dari penjualan CV pesaing yang memproduksi 20000-25000 pcs handuk, dikarenakan

CV Ngremboko hanya melakukan promosi penjualan produk secara tradisional hanya dari mulut ke mulut. Sehingga ruang lingkup penjualannya belum terlalu luas terjangkau oleh masyarakat diluar klaten dan kota kota besar lainnya. Berdasarkan penjelasan tersebut, strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan pemasaran adalah dengan pendekatan *Marketing Mix*.

Menurut (Kotler Philip, 2008) Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) adalah sekumpulan variabel-variabel pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar target penjualan yang diinginkan.

*Marketing Mix* terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produk. *Marketing Mix* dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang disebut 4P (*Product, Place, Price, Promotion*). Namun seiring dengan perkembangan waktu yang telah banyak berubah, *Marketing Mix* sendiri telah berkembang menjadi 7P yang merupakan penyempurnaan dari konsep bauran pemasaran (*Marketing Mix*) tradisional, dimana konsep tersebut hanya memuat 4 faktor yaitu *product, price, place*, dan *promotion*, namun sekarang berkembang menjadi 7 faktor dimana 3 faktor tambahannya itu berupa *people, process*, dan *physical evidence*.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti menentukan penelitian untuk menganalisis strategi pemasaran berdasarkan faktor produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan lingkungan fisik. Sehingga hasil dari penelitian ini diharapkan pemilik CV Ngremboko Klaten dapat digunakan sebagai pilihan dalam menyusun strategi pemasaran yang berguna untuk memenangkan persaingan bisnis.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan mengenai ide penelitian diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah yang digunakan dalam topik penelitian yaitu :

- A. Bagaimana penerapan *Marketing Mix* 7P di CV.Ngremboko Klaten?
- B. Strategi apa yang tepat dalam pengembangan pemasaran usaha CV. Ngremboko Klaten?

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan dari permasalahan yang diteliti adalah sebagai berikut :

- A. Penelitian dilakukan di CV. Ngremboko Klaten
- B. Penelitian ini dibatasi hanya dalam ruang lingkup *marketing mix 7P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence)*

### 1.4 Tujuan penelitian

- A. Untuk mengetahui penerapan *Marketing Mix 7P* dalam menciptakan strategi pemasaran sehingga dapat mengembangkan CV. Ngremboko Klaten.
- B. Menyusun strategi pemasaran menggunakan pendekatan *Marketing Mix 7P* sebagai rekomendasi dalam mengembangkan pemasaran pada CV Ngremboko Klaten.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya sebagai berikut :

#### A. Pemilik Usaha

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi CV Ngremboko Klaten untuk meningkatkan penjualan produk, dan bermanfaat dalam mengembangkan usaha dalam segi pemasarannya.

#### B. Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan yang dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan langsung dengan penerapan *marketing mix*.

### 1.6 Sistematika penulisan

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang teori – teori yang menjadi dasar dalam dilakukannya penelitian. Selain itu bab ini menjelaskan tentang metode *Marketing Mix 7P* yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan. Teori – teori referensi tersebut didapat dari buku, jurnal, internet dan laporan hasil penelitian sebelumnya.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai objek penelitian, pengumpulan data, analisis data, pengolahan data dan kerangka pemecahan masalah yang digunakan dalam penelitian.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang pembahasan hasil pengumpulan data serta pengolahan data dengan menggunakan metode *Marketing Mix 7P*. Kemudian dari hasil pengolahan tersebut didapatkan hasil dari penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dimana pada poin kesimpulan menjelaskan tentang hasil dari penelitian sedangkan pada poin saran berisi tentang tindak lanjut dari hasil penelitian yang telah dilakukan untuk penelitian yang selanjutnya.