

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang sangat cepat mempengaruhi segala bidang termasuk di dunia percetakan. Percetakan adalah tempat dimana terdapat proses memproduksi atau membuat salinan baik berupa gambar, huruf, dan berbagai objek lainnya menggunakan mesin dengan berbagai macam ukuran pada media tertentu. Dahulu percetakan hanya manual menggunakan alat sablon, kemudian beralih menggunakan mesin-mesin sederhana yang memerlukan proses pra cetak berupa pembuatan film dan plate. Namun berkat adanya kemajuan teknologi, sekarang percetakan menerapkan teknologi digital printing yang membuat proses cetak menjadi lebih mudah dan efisien.

Melati Grafika adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan digital printing yang terletak di Jalan Mayor Kusmanto, Sekarsuli, Klaten Utara. Perusahaan ini mulai beroperasi sejak tahun 2003 dan berawal dari bisnis sablon kecil-kecilan di rumah. Seiring berjalannya waktu, Melati Grafika kemudian berkembang menjadi percetakan dan kini merambah ke digital printing. Melati Grafika menyediakan layanan design dan cetak untuk berbagai produk sesuai dengan permintaan konsumen baik itu dari kalangan instansi atau Lembaga maupun pribadi atau perseorangan.

Seiring berjalannya waktu, banyak orang mulai membuka usaha di bidang percetakan karena hasilnya cukup menjanjikan. Hal tersebut membuat persaingan

di dunia percetakan semakin ketat. Persaingan ketat juga dirasakan oleh Melati Grafika. Menerapkan strategi pemasaran yang tepat dapat menjadi salah satu faktor penting bagi perusahaan. Pemasaran adalah sebuah kegiatan yang wajib dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk dapat menjual produknya kepada konsumen guna mendapatkan keuntungan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Perusahaan dikatakan berhasil apabila dapat bertahan dan dapat membuat produknya tetap terlihat di pasaran ditengah banyaknya pesaing yang ada.

Adanya pandemi virus covid-19 di seluruh wilayah di dunia yang berdampak pada semua aspek kehidupan termasuk ekonomi. Karena adanya kegiatan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), *Lockdown* dan kegiatan bekerja dari rumah (*Work from Home*) ternyata hal tersebut cukup membuat sektor ekonomi mengalami guncangan. Adanya pandemi membuat masyarakat hidup hemat untuk mengantisipasi adanya pandemi yang berkepanjangan. Hal tersebut membuat daya beli masyarakat menurun. Oleh karena itu, karena perusahaan mengalami penurunan penjualan yang signifikan, banyak perusahaan yang akhirnya memutuskan untuk melakukan PHK terhadap para karyawannya. Berikut adalah data berupa laporan keuangan yang menunjukkan bahwa Melati Grafika mengalami penurunan penjualan

Laporan Laba Rugi Melalui Grafik Untuk Tahun yang Berakhir pada 31 Desember 2019			
Pendapatan Kotor		Rp 474.973.000	
Diskon Penjualan	Rp 3.850.000		
Retur Penjualan	Rp0	Rp 3.850.000	
Penjualan Bersih			Rp 471.123.000
Harga Pokok Produksi			Rp 238.035.000
Labas Kotor			Rp 233.088.000
Pengeluaran / Biaya Operasional			
Beban Iklan	Rp 300.000		
Beban Sewa	Rp0		
Beban Gaji	Rp 36.000.000		
Beban Listrik	Rp 3.750.000		
Beban Angkut	Rp 2.705.000		
Total Beban			Rp 42.560.000
Pendapatan Lain- lain			Rp 18.990.000
Labas Bersih			Rp 207.518.000

Rata-rata Omzet Per Bulan
Rp. 474.973.000 / 12 bulan
Rp 39.581.083

Lampiran 1 Laporan Keuangan sebelum Pandemi

Laporan Laba Rugi Melalui Grafik Untuk Tahun yang Berakhir pada 31 Desember 2020			
Pendapatan Kotor		Rp 142.407.000	
Diskon Penjualan	Rp 3.150.000		
Retur Penjualan	Rp0	Rp 3.150.000	
Penjualan Bersih			Rp 139.257.000
Harga Pokok Produksi			Rp 76.815.750
Labas Kotor			Rp 62.441.250
Pengeluaran / Biaya Operasional			
Beban Iklan	Rp 200.000		
Beban Sewa	Rp0		
Beban Gaji	Rp 9.400.000		
Beban Listrik	Rp 1.755.000		
Beban Angkut	Rp 900.000		
Total Beban			Rp 12.115.000
Pendapatan Lain- lain			Rp 7.890.000
Labas Bersih			Rp 58.016.250

Rata-rata Omzet Per Bulan
Rp. 142.407.000 / 12 bulan
Rp 11.867.250

Lampiran 2 Laporan Keuangan saat tahun pertama Pandemi

Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa omzet yang awalnya sebesar 39,5 juta per bulan saat sebelum pandemi mengalami penurunan drastis menjadi 11,8 juta rupiah per bulannya. Oleh karena itu, diperlukan penyesuaian strategi yang tepat untuk dapat menghadapi adanya masa pandemi seperti saat ini.

Melinda & Sibarani (2021) mengemukakan bahwa kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Kondisi dan kemampuan penjual
2. Kondisi Pasar
3. Modal
4. Kondisi Organisasi Perusahaan
5. Faktor-faktor lain, seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, dll.

Menurut Survey yang dilakukan oleh BPS pada tahun 2020 lalu, kategori usaha penyedia jasa menempati urutan kedua untuk ekonomi yang paling terdampak oleh pandemi. Nurfitriya & Hidayati (2011) mengemukakan bahwa terdapat faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi turunnya omzet atau penjualan, yaitu :

- a. Faktor Internal (Berasal dari dalam perusahaan)
 1. Penurunan promosi penjualan
 2. Penurunan komisi penjualan
 3. Turunnya kegiatan salesman
 4. Turunnya jumlah saluran distribusi
 5. Pengetatan terhadap piutang yang diberikan
- b. Faktor Eksternal (Berasal dari pihak lain diluar perusahaan)
 1. Perubahan kebijakan pemerintah
 2. Bencana Alam
 3. Perubahan pola konsumen

4. Munculnya kompetitor baru
5. Munculnya pengganti

Berdasarkan penjabaran diatas, dapat kita lihat bahwa bencana alam dan perubahan pola konsumen termasuk dalam faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan omzet. Bagi Melati Grafika sendiri, pandemi memberikan pengaruh yang luar biasa. Model bisnis yang dijalankan oleh Melati Grafika adalah B2B dan B2C. Namun adanya kegiatan pembatasan dan *Work From Home (WFH)* membuat omzet menurun drastis karena kegiatan-kegiatan bisnis dan sekolah dilakukan secara online. Selain itu masyarakat juga berhemat dan membatasi pengeluaran untuk mengantisipasi adanya pandemi yang berkepanjangan.

Setiap perusahaan pasti menginginkan penjualan produknya terus mengalami peningkatan. Namun saat pandemi seperti sekarang, banyak perusahaan yang menginginkan dapat bertahan dari kepunahan saja sudah cukup. Dalam menyampaikan produk kepada konsumen, maka pemasaran menjadi tolak ukurnya. Dengan banyaknya pesaing yang ada, terlebih karena banyaknya orang yang membuka bisnis dadakan sejenis di masa pandemi ini, sudah seharusnya perusahaan menyusun strategi pemasaran supaya dapat mencapai tujuan perusahaan. Strategi bisa bersifat jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang sesuai dengan rencana yang telah disusun. Strategi pada dasarnya adalah sebuah pola yang berisi rencana-rencana yang dapat ditempuh untuk mencapai tujuan tertentu

Bauran pemasaran (marketing mix) berisi variabel-variabel penting yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan (Haris, 2018). Bauran pemasaran untuk produk barang terdiri dari empat variabel atau biasa

disebut “empat P” , yaitu: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*). Keempat variabel tersebut merupakan faktor penting dalam menyusun sebuah strategi untuk berkembangnya sebuah perusahaan. Dengan menerapkan strategi bauran pemasaran yang tepat, maka penjualan juga dapat mengalami peningkatan.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul “Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Bauran Pemasaran dan Analisis SWOT pada Melati Grafika”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi yang bisa diterapkan untuk meningkatkan penjualan pada Melati Grafika

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang bisa diterapkan untuk meningkatkan penjualan pada Melati Grafika

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ada, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi dan masukan bagi pihak Melati Grafika terkait bagaimana strategi yang bisa diterapkan untuk meningkatkan penjualan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pemikiran peneliti serta menjadi implementasi ilmu yang didapatkan di bangku kuliah dengan realita di lapangan.

3. Bagi Peneliti lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ragam analisis untuk memperkaya ilmu pengetahuan dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika BAB

Pada skripsi ini, dilakukan pengelompokan materi menjadi beberapa sub bab supaya dapat dipahami dengan lebih jelas. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan informasi umum mengenai penelitian mulai dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang berupa definisi atau pengertian dan konsep dasar yang diperoleh dari buku, jurnal, maupun internet serta penelitian terdahulu yang kemudian digunakan sebagai landasan dan referensi dalam menyusun laporan skripsi ini

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data, serta Teknik Analisa data dan variable penelitian

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil analisis dan bukti-bukti yang ditemukan dari permasalahan penelitian yang paling relevan dengan teori serta metode yang digunakan

BAB V : PENUTUP

Bab yang terakhir dalam skripsi ini berisi kesimpulan sebagai jawaban dari pokok permasalahan dalam penelitian ini serta saran-saran