

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri, penjualan maupun jasa. Dengan keadaan seperti ini, tentu saja tidak menutup kemungkinan perusahaan-perusahaan tersebut akan bersaing ketat dengan perusahaan yang mengeluarkan produk yang sejenis. Perusahaan hendaknya menyadari bahwa dengan adanya persaingan tersebut sangat sulit bagi perusahaan untuk membangun reputasi perusahaan, demikian pula sebaiknya sangat mudah untuk kehilangan reputasi perusahaan tersebut.

Pemilik perusahaan harus mempunyai sebuah perencanaan awal saat perusahaan tersebut berdiri serta memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Menurut Fred David perencanaan (*Planning*) adalah proses menentukan apakah perlu untuk menempuh suatu usaha, mencari jalan paling efektif untuk meraih tujuan yang diinginkan, dan mempersiapkan diri untuk mengatasi beragam kesulitan yang tidak diharapkan dengan sumber daya yang memadai. Perencanaan merupakan awal dari proses dimana seorang individu atau sebuah bisnis bisa mengubah sebuah impian kosong menjadi kenyataan.

Ada empat tahapan dasar perencanaan menurut T. Hani Handoko yaitu menetapkan tujuan atau serangkaian tujuan, merumuskan keadaan saat ini, mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan, dan mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan untuk pencapaian tujuan.

Marketing Plan, Bagi sebagian perusahaan masih dianggap sebagai hal yang sepele dan remeh temeh. Sehingga pihak perusahaan kerap menjadikannya hanya sebagai sebuah rutinitas tahunan. Namun sesudahnya, Hasil dan perumusan tersebut tidak menjadi sebuah acuan. dalam program kerja, dan hanya disimpan rapi tanpa menyentuhnya hingga akhir tahun buku. Padahal, Apabila perusahaan mau mengoptimalkan manfaat yang bisa didapatkan dari *Marketing Plan* tersebut, Niscaya mereka akan bisa mendapatkan peningkatan laba. hal ini didapat dengan menggunakan *Marketing Plan* tersebut sebagai sebuah cara untuk melakukan penelitian. Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut beberapa aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial. Karena kegiatan pemasaran menyangkut masalah mengalirnya produk dari produsen ke konsumen, maka pemasaran menciptakan lapangan kerja yang penting bagi masyarakat.

Pentingnya pemasaran dalam masyarakat, tercermin pula pada setiap kehidupan dalam masyarakat yang tidak terlepas dari kegiatan pemasaran yang terdapat media advertensi yang dipergunakan untuk mempresentasikan produk, toko tempat kita berbelanja dan banyak lagi kegiatan, merupakan kegiatan pemasaran. Selain itu pemasaran selalu mendorong untuk dilakukannya penelitian dan inovasi, sehingga menimbulkan terdapatnya produk-produk baru. Hal ini karena pemasaran selalu berusaha menggugah dan menarik para konsumen, kegiatan mana membutuhkan tenaga kerja yang cukup banyak.

Perkembangan industri konveksi dewasa ini sangat pesat. Industri konveksi saat ini, dianggap sebagai lahan yang menjanjikan bagi para pengusaha. Kini pakaian tidak hanya dianggap sebagai suatu kebutuhan, tapi juga dianggap sebagai trend di kalangan masyarakat. Kondisi persaingan yang semakin kompetitif, mengharuskan setiap industry konveksi mampu mengikuti *fashion trend* yang sedang berkembang dan dapat bersaing dan dapat bertahan. *Fashion trend* biasanya digemari oleh para kalangan remaja wanita dan ibu-ibu yang ingin mengikuti *fashion trend* yang sedang berkembang di pasaran.

Fashion trend selalu cepat berganti, maka dari itu dibutuhkan perubahan inovasi yang selalu segar dan kreatif. Zacky's Collection adalah salah satu industri rumahan berupa konveksi pakaian wanita di Kudus yang terletak di Desa Jepang Pakis, Dukuh Krajak Kidul RT 03/ RW 04, Gang Sido Rukun No. 36 Kecamatan Jati Kabupaten Kudus yang dipimpin oleh H.M. Sarmanto, S.Pd.I. Industri Zacky'Collection ini sudah berdiri kira-kira 8 tahun. Perusahaan konveksi Zacky's Collection memproduksi berbagai macam pakaian tapi lebih fokus pada pakaian wanita. Beberapa produk pakaian jadi yang dihasilkan oleh konveksi Zacky's Collection adalah : Gamis, Legging, atasan wanita, dan hem wanita.

Salah satu yang bisa dilakukan perusahaan adalah dengan membuat *Marketing Plan* yang tepat bagi perusahaan mereka. perusahaan yang tidak mau untuk membuat *Marketing Plan* bagi perusahaan mereka, Niscaya sama saja dengan menggali lubang kubur bagi kelangsungan perusahaan mereka.

Dengan demikian, faktor yang ada dalam *Marketing Plan* diharapkan mampu meningkatkan volume penjualan. Dari latar belakang diatas peneliti membuat penelitian dengan judul **Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Penjualan Produk Konveksi Rubina Surabaya.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penulisan ini adalah:

“Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk konveksi rubina Surabaya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan produk konveksi rubina Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Aspek akademis

Bagi akademis diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan koleksi atau bukti empiris mengenai strategi pemasaran perusahaan konveksi

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Dari aspek ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai strategi marketing perusahaan kuliner

3. Aspek praktis

Dari aspek ini diharapkan dapat diberikan masukan terhadap Konveksi Rubina Surabaya, sehingga dapat mengevaluasi pelayanan pada konsumen.