

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Furnitur adalah istilah yang mengacu pada perabot rumah tangga yang berfungsi sebagai alat penyimpanan, tempat duduk, melakukan sesuatu, atau permukaan untuk meletakkan sesuatu. Selain fungsi fisik, gaya, model, warna, desain dan bentuk dapat memiliki fungsi di luar furniture mempercantik ruangan, membuatnya lebih nyaman dan menambah keindahan pada rumah Anda.

Salah satu furniture yang banyak diminati adalah sofa. Selain sebagai tempat duduk, saat ini sofa juga bisa digunakan sebagai tempat tidur (sofabed). Hal inilah yang membuat industry furniture kian menjamur.

PT. XYZ merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi sofa yang berdiri sejak 2021. Sebagai pendatang baru di industri ini, PT. XYZ selalu berusaha menunjukkan dedikasi terhadap produksi sofa berkualitas tinggi. Meskipun demikian, dalam menghadapi era digital dan globalisasi, perusahaan ini dihadapkan pada tantangan baru terkait strategi pemasaran yang memadai untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya.

Pertumbuhan pesat teknologi dan komunikasi telah membuka akses pasar yang lebih luas, namun sekaligus meningkatkan persaingan. Oleh karena itu, perlu adanya strategi pemasaran yang cerdas dan terfokus untuk memenangkan persaingan di pasar yang semakin ketat ini.

Penelitian ini diarahkan untuk menyelidiki potensi peningkatan volume penjualan sofa melalui perencanaan strategi pemasaran yang matang dengan memanfaatkan metode analisis SWOT.

Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam tentang kekuatan internal, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi PT. XYZ akan memberikan landasan yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis. Dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan, diharapkan dapat

ditemukan solusi yang tepat untuk memaksimalkan potensi penjualan dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Tabel 1. 1 Data Penjualan PT. XYZ Periode 2022

<b>BULAN</b>	<b>JENIS SOFA</b>	<b>TARGET PENJUALAN (set)</b>	<b>REALISASI PENJUALAN (set)</b>	<b>SELISIH (set)</b>
January 2022	Sofa A	60	43	-17
	Sofa B	55	39	-16
	Sofa C	50	34	-16
	Sofa D	40	23	-17
February 2022	Sofa A	60	45	-15
	Sofa B	55	44	-11
	Sofa C	50	40	-10
	Sofa D	40	31	-9
March 2022	Sofa A	60	58	-2
	Sofa B	55	50	-5
	Sofa C	50	49	-1
	Sofa D	40	34	-6
April 2022	Sofa A	60	65	5
	Sofa B	55	59	4
	Sofa C	50	51	1
	Sofa D	40	42	2
May 2022	Sofa A	60	63	3
	Sofa B	55	58	3
	Sofa C	50	52	2
	Sofa D	40	40	0
June 2022	Sofa A	60	61	1
	Sofa B	55	57	2
	Sofa C	50	49	-1
	Sofa D	40	38	-2
July 2022	Sofa A	60	58	-2
	Sofa B	55	49	-6
	Sofa C	50	41	-9
	Sofa D	40	30	-10
August 2022	Sofa A	60	57	-3
	Sofa B	55	49	-6
	Sofa C	50	42	-8
	Sofa D	40	27	-13

<b>BULAN</b>	<b>JENIS SOFA</b>	<b>TARGET PENJUALAN (set)</b>	<b>REALISASI PENJUALAN (set)</b>	<b>SELISIH (set)</b>
September 2022	Sofa A	60	59	-1
	Sofa B	55	48	-7
	Sofa C	50	44	-6
	Sofa D	40	28	-12
October 2022	Sofa A	60	58	-2
	Sofa B	55	48	-7
	Sofa C	50	45	-5
	Sofa D	40	29	-11
November 2022	Sofa A	60	57	-3
	Sofa B	55	50	-5
	Sofa C	50	47	-3
	Sofa D	40	37	-3
December 2022	Sofa A	60	60	0
	Sofa B	55	53	-2
	Sofa C	50	47	-3
	Sofa D	40	36	-4

Sumber: PT. XYZ

Berdasarkan data tabel 1. 1 di atas menunjukkan data penjualan sofa PT. XYZ pada periode 2022 memiliki data tertinggi pada bulan April 2022 dikarenakan banyaknya pesanan pada bulan tersebut dan terkecil pada bulan Januari dikarenakan sepi peminat. Berikut di bawah ini tabel total penjualan setiap produk di PT. XYZ pada tahun 2022.

Tabel 1. 2 Total Penjualan PT. XYZ

<b>PRODUK</b>	<b>PENJUALAN</b>
Sofa A	720
Sofa B	660
Sofa C	600
Sofa D	480
Total Penjualan	2460

Tabel 1. 3 Data Perbandingan Harga Penjualan Dengan Kompetitor

PRODUK	HARGA		
	PT. XYZ	KOMPETITOR A	KOMPETITOR B
Sofa A	Rp 1.400.000	Rp 1.500.000	Rp 1.525.000
Sofa B	Rp 1.400.000	Rp 1.500.000	Rp 1.450.000
Sofa C	Rp 1.300.000	Rp 1.375.000	Rp 1.400.000
Sofa D	Rp 1.200.000	Rp 1.300.000	Rp 1.250.000

Berdasarkan tabel 1. 3 di atas menjelaskan setiap kompetitor memiliki harga yang berbeda beda. Kompetitor A memiliki beberapa model sofa dengan harga yang lebih mahal dibanding dengan kompetitor B, begitupun sebaliknya dan PT. XYZ lebih murah dibandingkan dengan kompetitor A dan B yang sudah lebih dulu bergerak di industri furnitur dan sudah memiliki customer yang lebih besar dibandingkan dengan PT. XYZ.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah-masalah dalam objek penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Hasil penjualan yang masih jauh dari target penjualan 205 set perbulan.
2. Penurunan atau tidak stabilnya omzet penjualan

## 1.3. Rumusan Masalah

Untuk meningkatkan hasil dari penjualan, penulis akan menggambarkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan baik secara faktor internal maupun eksternal?
2. Bagaimana cara membuat strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan metode SWOT?

#### **1.4. Batasan Masalah**

Agar pembahasan bisa lebih tepat pada sasaran, maka penulis akan memberikan batasan-batasan yang akan dibahas, diantaranya:

1. Lokasi objek penelitian di internal PT. XYZ dan customer.
2. Kuesioner kepada customer ditujukan untuk mendapatkan umpan balik untuk peningkatan penjualan.
3. Data diambil dari bulan Januari 2022 sampai dengan Desember 2022 alasannya untuk mengetahui data penjualan di PT. XYZ.
4. Perencanaan strategi pemasaran terpaku pada biaya produksi/HPP yang sudah ada.

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Dalam hal ini tujuan yang ingin dicapai diantaranya:

1. Untuk mengetahui analisis faktor internal maupun eksternal yang berpengaruh terhadap target penjualan.
2. Untuk merancang strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan dengan menggunakan metode SWOT.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penelitian selanjutnya guna memajukan bidang ilmu pengetahuan dan manajemen sumber daya manusia pada umumnya.

2. Manfaat praktis

- a) Bagi Penulis

Mengembangkan pemahaman tentang teori motivasi dan hal-hal yang berkaitan dengan disiplin kerja.

b) Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan pertimbangan untuk perbaikan produk dan peningkatan penjualan.

c) Bagi Universitas

Untuk menambah perbendaharaan perpustakaan yang berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagai perbandingan bagi mahasiswa yang akan datang.

### **1.7. Tempat dan Waktu Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada PT. XYZ yang berlokasi di Jl. Kp. Tenggilis Bekasi, RT.001/RW.012, Mustika Jaya, Kec. Mustika Jaya, Kota Bekasi, Jawa Barat 17158 dari bulan September sampai bulan November 2023.

### **1.8. Metode Penulisan**

Dalam metode penelitian ini, penulis menggunakan berbagai metode untuk mengumpulkan data dan fakta yang lengkap, relevan, dan obyektif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Pengamatan (Observasi)

Memperoleh data-data yang diperlukan dengan cara mengamati langsung sasaran penelitian di lapangan. Dalam kasus ini, banyak pelanggan diamati selama penyelidikan.

2. Pengumpulan Data (Kuesioner)

Kegiatan tanya jawab yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada pihak yang terkait, seperti customer (pemilik toko atau penjaga toko, pembeli).

3. Studi Pustaka

Melakukan penelitian dengan mengandalkan bahan penelitian dari perpustakaan, seperti jurnal, ensiklopedi, dan referensi buku-buku dari beberapa penulis yang berkaitan dengan judul laporan skripsi.

## **1.9. Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan ini, terdapat sistematika penulisan yang tersusun atas:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, waktu dan tempat, teknik pengumpulan data dan sistematika penulisan.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini menguraikan atau mengemukakan landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendukung pengolahan dan analisis data yang diperoleh.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini merupakan penjelasan secara garis besar tentang metode penelitian ini sebagai penunjang untuk mengolah serta menganalisis dari data yang diperoleh.

### **BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini mengolah data-data yang diperoleh dari perusahaan berdasarkan bahan dan metodenya serta menyajikan pembahasan dan analisis sesuai teori-teori yang dibahas untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

### **BAB V: PENUTUP**

Dalam bab penutup ini berisikan dari beberapa kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis yang sudah penulis lakukan dan saran-saran untuk penanggulangan masalah yang ada.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Dalam bab ini memuat berbagai referensi buku yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini. Daftar referenensi ini dianggap valid sebagai sumber landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **LAMPIRAN**