

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini dilatarbelakangi karena banyaknya pelaku usaha bunga papan di Kebumen. Para pelaku usaha bunga papan di Kebumen antara lain Andis Flower, Queen Florist, Matrik Florist, Jade Florist, dsb. Karena banyaknya pesaing tentunya diperlukan strategi untuk bisa bersaing mempertahankan usahanya. Tingkat persaingan dalam kegiatan usaha menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan, serta keinginan pelanggan/konsumen. Tidak ada pelaku usaha yang bisa dengan santai menikmati penjualan dan mendapatkan keuntungan, karena akan selalu ada persaingan dalam setiap kegiatan usaha. Sebuah perusahaan dalam melakukan proses pemasaran sebagian besar menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*).

Perkembangan dunia usaha ini ditandai dengan semakin tajamnya persaingan, khususnya dalam pengelolaan unit perusahaan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk sama yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Dunia perdagangan adalah serupa dengan arena pertempuran, yang berarti memulai karier dunia bisnis dapat diibaratkan meluncur ke medan perang, keberhasilan dalam bisnis adalah mampu meraih pangsa pasar dan mengalahkan pesaing. Namun

demikian, untuk bisa memperluas usahanya tentu tidaklah mudah mengingat persaingan di dalam produk yang serupa.

Dengan demikian, seorang pemilik toko harus dapat memahami bagaimana pelanggan memberikan tanggapan baik terhadap rangsangan atau kebijakan dari berbagai jenis produk, harga, daya tarik iklan yang berbeda, serta tanggapan terhadap rangsangan lingkungan yang terdiri dari kekuatan atau peristiwa utama yang terjadi di lingkungan makro pembeli. Karena semua rangsangan ini berkontribusi pada keputusan konsumen, seperti pilihan produk, merek, distributor, dan waktu pembelian.

Sebuah perusahaan dalam melakukan proses pemasaran sebagian besar menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi pemasaran yang diterapkan yaitu produk (*product*) apa yang ditawarkan; harga (*price*) strategi penentuan harga; lokasi/tempat (*place*) di mana lokasi usaha; promosi (*promotion*) bagaimana promosi yang dilakukan. Keempat faktor tersebut merupakan satu kesatuan yang harus selalu diperhatikan oleh manajer pemasaran dalam hal mengambil keputusan mengenai strategi pemasaran pada perusahaan.¹

Produk adalah bunga dan rangkaian bunga. Menjual bunga dengan kualitas terbaik akan dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Karena bunga adalah benda hidup, banyak faktor yang mempengaruhi kualitasnya. Faktor-faktor tersebut antara lain bibit bunga yang baik, cara penyimpanan,

¹ Syamsuri, (2010), *Analisis Penerapan Strategis pada Rumah Makan Ayam Bakar Solo Cabang Malang*, Jurnal Skripsi, Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

tempat penyimpanan dan cara merangkai bunga, sehingga membuat bunga memiliki daya tarik dan berkualitas baik. Bibit bunga yang baik didapatkan dari petani yang mampu merawat bunga dan menghasilkan bunga dengan kualitas baik. Saat bunga sudah dipetik, diperlukan cara khusus dan tempat penyimpanan yang khusus juga, sehingga bunga tidak mudah layu dan tetap dalam kondisi segar pada saat dijual. Sedangkan pada tahap merangkai bunga, diperlukan karyawan dengan keahlian merangkai bunga yang baik, untuk menghasilkan rangkaian bunga yang menarik dan berkualitas, serta membuat konsumen tertarik untuk membelinya.

Inovasi adalah konsep yang sudah tidak asing lagi bagi kita, inovasi merupakan kunci bagi kalangan dunia usaha. Di era baru ini, di mana pasar penjualan sudah mulai bergerak ke pasar pembeli, inovasi menjadi sangat penting dan sangat menentukan untuk meraih keunggulan dalam persaingan usaha. Perusahaan berusaha untuk dapat menciptakan produk baru yang merupakan perbaikan dari produk yang sebelumnya telah ada dengan melakukan berbagai kreasi dan inovasi. Inovasi bisa dengan melakukan perubahan dari produk yang sudah ada (baik perubahan bentuk, rasa, kemasan, dan lain-lain) atau dengan menciptakan produk baru yang belum ada di pasaran. Inovasi yang dilakukan dengan mengubah produk yang sudah ada, harus memiliki kelebihan atau keunggulan dari produk yang sudah ada tersebut, dan tidak hanya sekedar berbeda, sehingga dapat membuat konsumen tertarik dan membeli produk tersebut dalam jangka waktu yang lama.

Untuk membuat bunga menjadi produk yang menarik, salah satu inovasinya adalah dengan merangkai bunga menjadi bunga papan. Di masa sekarang ini, bunga papan sudah menjadi tren yang berkembang di masyarakat dan digunakan sebagai sarana bersosialisasi. Bunga papan adalah pajangan khas Indonesia dalam rangka memberikan ucapan selamat untuk perkawinan, kelahiran dan perayaan lainnya serta ucapan duka cita untuk pemakaman. Pesan-pesan pada bunga papan ditulis dengan huruf-huruf yang terbuat dari *stereoform* dan/atau bunga plastik. Bunga papan terbuat dari bahan *stereoform* dengan menggunakan penyangga atau kaki-kaki yang menggunakan bahan bambu yang dibentuk sedemikian rupa, sehingga dapat didirikan.

Untuk merangkai bunga papan dengan kualitas yang baik, selain dibutuhkan bahan baku yang baik, dibutuhkan juga karyawan yang memiliki kemampuan merangkai bunga yang baik pula. Dengan demikian toko/perusahaan harus memiliki karyawan dengan kemampuan merangkai bunga yang baik, sehingga bunga papan yang dihasilkan memiliki kualitas baik dan tidak membuat konsumen kecewa.

Selain itu harga juga sangat berpengaruh terhadap volume penjualan. Harga bunga bervariasi dan bergantung dari ketersediaan bunga yang sedang menjadi tren di masyarakat. Untuk bisa menarik pembeli, penjual bunga harus bisa menentukan harga yang bersaing dengan toko bunga lain, tetapi dengan tetap memperhitungkan keuntungan yang bisa diperoleh dan tetap mengutamakan kualitas bunga. Dengan harga yang bersaing bukan berarti

mengesampingkan atau menurunkan kualitas bunga yang dijual, tetapi tetap menjual bunga dengan kualitas yang terbaik.

Untuk meningkatkan penjualan, promosi harus dilakukan dengan cara yang tepat. Di era digitalisasi seperti sekarang ini, media promosi dengan menggunakan media sosial menjadi salah satu pilihan terbaik. Karena promosi melalui media sosial dapat menjangkau masyarakat secara luas, dan tidak terbatas hanya pada konsumen yang berada di sekitar toko saja. Promosi melalui media sosial juga memerlukan keahlian yang baik, dan tidak hanya sekedar promosi saja. Untuk menampilkan promosi yang menarik di media sosial, dibutuhkan karyawan yang memiliki kemampuan fotografi, desain dan penulisan narasi promosi yang bagus, sehingga produk yang dipromosikan melalui media sosial ditampilkan dengan desain dan narasi yang menarik bagi konsumen. Hal yang perlu diperhatikan bahwa tampilan menarik produk yang ditawarkan melalui media sosial harus sama dengan kondisi asli produk, karena apabila tampilannya berbeda, bisa merugikan konsumen dan membuat konsumen kecewa, selanjutnya konsumen tidak lagi membeli produk tersebut.

Toko Andis Flower salah satu toko bunga di kota Kebumen yang terletak di Jalan Letnan Jenderal Suprpto No. 65 Kranggan Kelurahan Bumirejo Kecamatan Kebumen. Berkembangnya Toko Andis Flower sebagai toko yang menjual bunga di kota Kebumen tidak terlepas dari perilaku konsumen yang membeli produknya. Perencanaan untuk jangka panjang dari pihak manajemen atau pemilik toko diperlukan untuk melakukan kajian karakteristik dan perilaku konsumen yang membeli bunga di Toko Andis Flower Kebumen. Karena peran

dan keberadaan konsumen sangat penting bagi keberlangsungan usaha ini untuk masa yang akan datang.

Konsumen yang membeli bunga di Toko Andis Flower Kebumen beraneka ragam, mulai dari pelajar, mahasiswa, pegawai kantor, dan lembaga atau institusi. Setiap orang mempunyai sikap dan penilaian yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang sama. Oleh karena itu pihak Toko Andis Flower Kebumen harus berusaha memuaskan selera konsumen dengan cara memenuhi setiap pesanan sesuai yang diharapkan oleh konsumen. Pada umumnya konsumen yang membeli bunga datang langsung ke Toko Andis Flower Kebumen yang terletak di Jalan Letnan Jenderal Suprpto No. 65 Kranggan Kelurahan Bumirejo Kecamatan Kebumen, namun sebagian konsumen membeli produk bunga secara *online* pada *website* ataupun media sosial lainnya yang telah disediakan oleh pihak Toko Andis Flower Kebumen, dengan menggunakan jasa pesan antar (*delivery order*). Hal ini adalah salah satu cara yang dilakukan pelaku usaha untuk memangkas jarak yang harus ditempuh oleh konsumen apabila harus datang langsung ke toko. Walaupun berdasarkan lokasi, Toko Andis Flower Kebumen berada di tengah kota dan mudah di akses oleh konsumen. Pemesanan produk bunga secara *online* juga merupakan salah satu bentuk pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak menghabiskan waktu, tenaga dan biaya untuk datang langsung ke Toko Andis Flower Kebumen.

Peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian di Toko Andis Flower Kebumen karena berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, Toko Andis Flower Kebumen memiliki volume penjualan paling besar di Kebumen. Kemudian peneliti ingin mengetahui strategi apa yang dapat dilakukan oleh Toko Andis Flower Kebumen untuk meningkatkan penjualan, dan apakah inovasi bunga papan yang sudah dijalankan oleh Toko Andis Flower Kebumen dapat meningkatkan volume penjualan. Hal tersebut yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai manajemen inovasi dalam rangka meningkatkan volume penjualan dengan judul “Manajemen Inovasi Bunga Papan Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus di Toko Andis Flower Kebumen)”.

B. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas serta agar tidak terjadi pembiasan permasalahan, maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Sesuai dengan judul yang diajukan, penelitian ini hanya berkaitan dengan manajemen inovasi dan peningkatan penjualan.
 - a. Penelitian hanya dilakukan pada manajemen inovasi yang dilakukan oleh Toko Andis Flower Kebumen.
 - b. Strategi pemasaran hanya dibatasi pada pembahasan analisis SWOT dari *marketing mix* untuk meningkatkan penjualan. *Marketing mix*

adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu *Product, Price, Place, dan Promotion*.²

- c. Penjualan adalah tindakan di dalam pemasaran, di mana terjadi penjualan jika terjadi pertukaran barang atau layanan antara penjual dengan pembeli.³

Kegiatan penjualan dipengaruhi beberapa faktor, yaitu:⁴

- 1) Kondisi dan kemampuan penjual;
- 2) Kondisi pasar;
- 3) Modal;
- 4) Kondisi organisasi perusahaan;
- 5) Faktor lain.

2. Pengamatan dan penelitian dilakukan di Toko Andis Flower Kebumen.

C. Perumusan Masalah

Dalam merumuskan masalah, penelitian mencoba mengidentifikasi beberapa permasalahan di antaranya adalah:

1. Bagaimana inovasi bunga papan melalui analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan pada Toko Andis Flower Kebumen?

² Sumarni, Murti dan John Soeprihanto, (2010), *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*, Edisi ke 5, Yogyakarta: Liberty.

³ Arianty, N., Andriany, D., & Jasin, H, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Medan: Perdana Publishing.

⁴ Stewart, G, (2014), *Sukses Manajemen Penjualan*, Jakarta: Erlangga.

2. Bagaimana strategi yang diambil dari analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan pada Toko Andis Flower Kebumen.

D. Penegasan Istilah

Dari latarbelakang masalah tersebut, maka penulis menganalisa apakah manajemen inovasi yang dilakukan oleh Toko Andis Flower Kebumen sudah bisa meningkatkan penjualannya atau belum.

Inovasi adalah sebuah pengenalan pada hal-hal baru, dapat juga diartikan sebagai sebuah penemuan baru yang berbeda dengan yang sudah ada atau yang sudah diketahui. Dapat dikatakan bahwa inovasi adalah menciptakan sesuatu yang sepenuhnya baru atau upaya dengan niat untuk meningkatkan keuntungan, baik dari produk atau layanan sehingga menghasilkan peningkatan penjualan dalam suatu perusahaan, atau perusahaan tersebut menciptakan keunggulan dalam bersaing.

Strategi pemasaran adalah pendekatan pemasaran di mana perusahaan berharap dapat menghasilkan manfaat bagi konsumen dan dapat mencapai kemitraan yang menguntungkan dengan pelanggan.⁵ Strategi pemasaran adalah rencana yang menjelaskan harapan perusahaan terhadap efek dari berbagai kegiatan atau program pemasaran terhadap permintaan produk di target pasar yang spesifik.

⁵ Kotler, Philip dan G Amstrong, (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

Strategi pemasaran adalah serangkaian target, sasaran, kebijakan dan aturan yang bertujuan untuk mengarahkan upaya pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, di setiap tingkat dan pengaturan, terutama sebagai tanggapan perusahaan terhadap perubahan lingkungan dan persaingan pada dunia usaha.⁶

Penjualan adalah aktivitas pada pemasaran, di mana penjualan terjadi jika proses pertukaran barang maupun jasa antara penjual dengan pembeli.⁷ Kegiatan penjualan merupakan hal yang paling utama bagi perusahaan, karena kegiatan penjualan produk maupun jasa yang tidak dikelola dengan baik, maka secara langsung dapat memberikan dampak negatif dan merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan perusahaan pasti akan berkurang, atau tidak sesuai dengan yang telah ditargetkan. Definisi dari penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda, serta strategi penjualannya adalah dengan memindahkan posisi pelanggan ke tahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka.⁸

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah inovasi bunga papan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Toko Andis Flower.

⁶ Assauri, Sofjan, (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-1, Jakarta: Rajawali Pers.

⁷ Arianty, N Andriany, D, & Jasin H, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Medan: Perdana Publishing.

⁸ Stewart, G, (2014), *Sukses Manajemen Penjualan*, Jakarta: Erlangga.

2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi *product, price, place, dan promotion* terhadap peningkatan penjualan pada Toko Andis Flower Kebumen.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hal yang telah diuraikan diatas, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan gambaran dan pengetahuan kepada pembaca mengenai analisis SWOT dari *marketing mix (Product, Price, Place dan Promotion)* serta inovasi terhadap peningkatan penjualan.
- b. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian selanjutnya mengenai analisis SWOT dari *marketing mix (Product, Price, Place dan Promotion)* serta inovasi terhadap peningkatan penjualan, serta menjadi kajian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pemilik Toko Andis Flower Kebumen

Menjadi suatu masukan yang bermanfaat bagi pemilik Toko Andis Flower Kebumen agar mengetahui pengaruh analisis SWOT dari *marketing mix (Product, Price, Place dan Promotion)* terhadap peningkatan penjualan, dan mengetahui pengaruh inovasi bunga papan terhadap peningkatan penjualan di tokonya.