**BAB I**

**PENDAHULUAN**

## Latar Belakang Penelitian

Bisnis merupakan hal yang sangat penting di Era Globalisasi seperti ini. Tanpa adanya bisnis suatu negara tidak akan berkembang dan maju. Karena dari bisnis itu sendirilah yang membuat suatu negara itu bisa maju dan dikenal negara lain. Majunya suatu bisnis di suatu negara itu bisa dilihat dari bagaimana perkembangan bisnis tersebut dari awal dimulainya suatu bisnis sampai berjalannya bisnis tersebut.

Bisnis merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sember daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen. Bisnis itu sendiri merupakan suatu usaha yang dijalankan oleh seseorang, sekelompok orang, organisasi, atau perusahaan dimana mereka membuka suatu peluang usaha yang akan mendapatkan hasil dan keuntungan dari usaha yang didirikannya itu.

Dengan perkembangan zaman di era globalisasi yang begitu cepat semua orang bisa melakukan bisnis apa pun. Misalnya, melakukan bisnis dengan instan dan praktis yang biasanya dilakukan dalam waktu 1 jam, atau bahkan kini hanya dengan waktu 1 menit pun sudah bisa selesai. Bisnis yang manual bisa jadi aoutomatis. Begitu pula dengan pemasaran perdangan. Dengan menjamurnya teknologi informasi dan komunikasi yang muktahir di zaman sekarang ini dengan praktisnya orang berbelanja sehingga bisa membuka peluang dan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas hidup dan kualiatas manusia pada saat ini. Akan tetapi dalam perkembangan pemasaran kita juga harus jeli mencari peluang yang sekecil apapun dengan melihat perkembangan pemasaran di sekitar kita.

Pada era globalisasi ini ruang lingkup bisnis sangat luas dan setiap orang berhak ataupun bisa menciptakan peluang dan bisa membuka suatu bisnis. Cara memulainya bisa dari bisnis yang kecil hingga bisnis yang besar. Sehingga bisa mendapatkan hasil yang maksimal dan saling mendapatkan keuntungan antara kedua belah pihak. Dari berbagai jenis bisnis yang ada dan sering di lakukan oleh masyarakat atau pengusaha, bisnis sepatu merupakan suatu bisnis yang cukup menjanjikan. Karena bisnis tergolong mudah dijalankan dan sepatu merupan suatu kebutuhan masyarakat yang pasti akan dibeli dan digunakan dalam kesehariannya.

Pada saat ini cukup banyak orang atau pun pelaku usaha yang bergerak di bidang *fashion* khususnya melakukan bisnis sepatu. Para pelaku usaha sepatu saling bersaing untuk memperoleh konsumen. Oleh karena itu sangat penting bagi setiap pelaku usaha bisnis sepatu untuk memperhatikan produk yang mereka tawarkan dan mereka jual dipasaran. Supaya pelaku usaha dapat memberikan kepuasan kepada setiap konsumen yang membeli sepatu di tempatnya.

Bila kepuasan konsumen telah terpenuhi maka akan terjadilah suatu transaksi yang akan dilakukan secara berulang-ulang secara terus menerus. Dimana konsumen merasa adanya value dari sebuah harga yang harus dibayarkan pada suatu barang atau pun jasa yang di perolehnya. Berdasarkan pada hal ini konsumen sebagai objek penawaran yang harus selalu diperhatikan. Perusahaan harus mampu menganalisa penjualan, karena pada akhirnya target penjualanlah yang mampu menjadikan perusahaan yang optimal dalam strategi pemasaran.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam melaksanakan bisnis atau usaha. Dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mencapai suatu tujuan dari sebuah perusahaan. Oleh karena itu pelaku bisnis perlu menentukan target pasar yang akan dituju atau dilayani, merencanakan produk yang akan dipasarkan, menentukan harga yang kompetitif agar bisa di terima oleh masyarakat dan bersaing dengan harga produk pesaing, melaksanakan pedistribusian produk yang benar, melakukan komunikasi dan promosi dengan cara menambah relasi, penjualan langsung, melakukan pembuatan iklan yang menarik perhatian pelanggan ataupun konsumen dan sebagainya.

Pengusaha sepatu harus dapat mempengaruhi konsumen agar para konsumen tersebut menjadi tahu tentang apa yang ditawarkan ataupun di jual oleh pelaku usaha, agar supaya calon pembeli bisa merasa senang akan produk yang di tawarkan lalu bisa memutuskan untuk membeli produk yang di tawarkannya dan pada akhirnya konsumen bisa menjadi puas dengan apa yang di belinya. Sehingga membuat mereka akan selalu membeli produk perusahaan itu.

Bagaimana caranya pengusaha itu agar dapat meningkatkan jumlah permintaan dan mempengaruhi konsumennya merupakan suatu hal memerlukan perencanaan baik dan pengawasan yang matang, serta perlu dilakukan tindakan - tindakan yang kongkrit dan terprogram dengan melakukan bauran pemasaran yang biasa di sebut juga empat P dalam pemasaran yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi) dan *placement* (tempat). Bauran pemasaran atau *marketing mix* tersebut adalah merupakan suatu alat yang dapat dipergunakan oleh pengusaha atau pebisnis untuk mempengaruhi konsumennya supaya bisa tertarik untuk membeli produk yang mereka tawarkan.

Proses pembuatan produk yang pada setiap harinya kita beli dan kita konsumsi telah melewati berbagai proses penciptaan yang sangat rumit hingga menjadi suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan keinginan kita dalam memenuhi kebutuhan keseharian. Dalam memproduksi sebuah produk tersebut maka juga pasti akan membutuhkan biaya produksi. melakukan komunikasi dengan produsen sampai dengan pada akhirnya bisa berada di tangan kita. Produk yang diproduksi harus semenarik mungkin agar bias menarik perhatian konsumen. Dalam proses pembuatan produk tersebut sedikitnya ada 4 macam aktifitas pemasaran yang biasa dilakukan atau biasa disebut dengan bauran pemasaran atau *marketing mix*

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya.

Bauran pemasaran perlu memperhatikan hal yang menyangkut tentang produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, memberikan manfaat dan juga dapat memuaskan kebutuhan konsumen, serta menyangkut harga kompetitif. Selain itu faktor tempat usaha yang strategis dapat menarik konsumen karena tempat yang strategis dapat dijadikan sebagai saran promosi yang efektif selainkan melakukan promosi melalui media seperti media elektronik maupun media cetak. Serta pegawai hendaknya cepat dan ramah dalam melayani konsumen dan diupayakan penampilan pegawai harus rapi serta menarik.

Usaha sepatu Andespilo Jaya Shoes yang berlokasikan di Jl. Cibaduyut Raya no. 49 Bandung yang telah lama berdiri sejak tahun 1997. Toko Andespilo Jaya shoes memproduksi berbagai macam jenis sepatu yang seperti pantoefel, cats, sport, dan berbagai macam lainnya, selain itu produksi juga melihat kondisi dan tren di pasaran. Untuk harga produk sepatu mulai dari Rp. 50.000 sampai dengan harga Rp. 400.000.

Bedasarkan hasil penjajangan yang telah peneliti lakukan di usaha sepatu Andespilo Jaya Shoes ditemukan permasalahan sebagai berikut :

1. Promosi *(Promotion) yang* dilaksanakan Usaha Andespilo Jaya Shoeskurang optimal, sehinga konsumen kurang mengetahui akan adanya usaha tersebut. Seperti (tidak dibuatkan brosur, penggunaan social media dalam memasarkan produk tidak dilakukan).
2. Produk *(product)* model produk sepatu yang ditawarkan oleh Usaha Andespilo Jaya Shoes kurang bervariasi ( model sepatu hanya mengikuti tren yang ada dan tidak berusaha untuk membuat model sendiri), sehingga kurang menarik perhatian konsumen untuk membeli.

Dalam usaha mencapai tujuan suatu perusahaan harus memperhatikan berbagai factor yang mempengaruhinya. Keuntungan tidak akan maksimal jika pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan kurang aktif dan efektif. Maju mundurnya suatu perusahaan bias juga dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan dan lingkungan kerja serta pemasaran yang baik. Dengan meningkatkan pemasaran, maka perusahaan akan memperoleh keuntungan yang lebih besar dari biasanya karenya produknya lebih dikenal oleh konsumen karena pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan sudah baik dan benar.

Berdasarkan penjajagan di toko sepatu Andespilo Jaya Shoes di Cibaduyut Bandung,maka relevan untuk peneliti melakukan penelitian dengan judul “**Pelaksanaan Bauran pemasaran di Usaha Andespilo Jaya shoes di Cibaduyut Kota Bandung”**.

### Identifikasi masalah dan perumusan masalah

**1.2.1 identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diidentifikasikan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum usaha sepatu Andespilo Jaya Shoes ?
2. Bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran di usaha sepatu Andespilo Jaya Shoes ?
3. Bagaimana hambatan – hambatan dan usaha - usaha dalam melaksanakan bauran pemasaran di usaha sepatu Andespilo Jaya *Shoes* ?

### Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pendahuluan di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: **“Bagaiana Pelaksanaan Bauran Pemasaran pada Usaha Andespilo Jaya Shoes di Cibaduyut Kota Bandung ?”**

## Tujuan dan kenguaan penelitian

### Tujuan Penelitian

1. Mengerahui gambaran umum usaha sepatu Andespilo Jaya Shoes.
2. Mengetahui gambaran umum pelaksanaan bauran pemasaran pada usaha sepatu Andespilo jaya Shoes.
3. Mengetahui hambatan – hambatan dan usaha - usaha dalam bauran pemasaran usaha sepatu Andespilo jaya Shoes.

### Kegunaan penelitian

1. **Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan suatu evaluasi dan masukan terhadap bauran pemasaran usaha sepatu andespilo jaya shoesdan sebagai sarana dalam melakukan perbaikan-perbaikan terhadap pelaksanaan bauran pemasaran yang telah digunakan sebelumnya sehingga dapat memberikan hasil yang optimal dalam menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

1. **Bagi Pihak Lain**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca tentang pelaksanaa bauran pemasaran pada usaha sepatu Andespilo Jaya Shoes serta bahan masukan informasi ilmiah untuk melanjutkan penelitian mengenai pelaksanaan bauran pemasaran usaha sepatu Andespilo Jaya Shoes.

1. **Bagi Peneliti**

Bagi peneliti sendiri dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan, mengembangkan dan meningkatkan kemampuan berfikir melalui penulis skripsi ini