

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia usaha sekarang ini, khususnya yang ada di Indonesia tingkat persaingan bisnis industri semakin maju, semua para pelaku usaha berlomba-lomba untuk mendirikan sebuah usaha yang mempunyai pengaruh dalam perekonomian. Dengan semakin berkembangnya teknologi pada saat ini, perusahaan memaksimalkan produknya agar diminati oleh kalangan masyarakat. Setiap perusahaan selalu meningkatkan kualitas produk maupun pemasarannya untuk menghasilkan keuntungan-keuntungan sesuai dengan target yang diinginkan perusahaan keuntungan yang dimiliki perusahaan karena adanya pemasaran.

Pemasaran sendiri merupakan salah satu dari sekian banyak kegiatan yang dilakukan pelaku usaha atau pembisnis agar usahanya berlangsung dengan baik serta berkembang untuk mendapatkan keuntungan. Berhasil atau tidaknya sebuah usaha dipengaruhi oleh kemampuan pemasaran yang dilakukan pengusaha. Menurut Kotler dan Keller dalam (Nabilla & Antje Tuasela, 2021) pemasaran memiliki arti yang beragam. Dari Sudut Manajerial, pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Pemasaran merupakan aspek penting dalam keberhasilan bisnis, strategi pemasaran yang efektif dapat membantu perusahaan mencapai tujuan mereka dan mempertahankan keunggulan di pasar yang sangat kompetitif. Salah satu strategi pemasaran yang sering digunakan adalah bauran pemasaran yang mencakup empat elemen, yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Bauran pemasaran telah menjadi

subjek penelitian ekstensif dalam literatur pemasaran, khususnya dalam konteks kualitatif, dan penelitian kualitatif memberikan wawasan tentang strategi bauran pemasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Ali, 2022) pemasaran adalah “suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka inginkan dan butuhkan melalui penciptaan dan pertukaran barang dan nilai dengan pihak lain. Produk mudah dijual jika pemasar dapat memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk yang memberikan nilai kepada pelanggan, menetapkan harga, dan mendistribusikan serta mempromosikan produk tersebut secara efektif.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Wahyuni, 2021)bauran pemasaran adalah serangkaian alat pemasaran (*marketing mix*) yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam pasar sasaran. Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang dihubungkan bersama untuk membentuk program pemasaran yang tepat sehingga suatu perusahaan dapat mencapai tujuan pemasarannya secara efektif sekaligus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam (Wahyuni, 2021) unsur atau elemen bauran pemasaran terdiri dari “harga (*price*) produk (*product*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Strategi pemasaran mempunyai sebuah peranan yang penting didalam suatu keberhasilan usaha. Dalam strategi pemasaran dapat dikenal suatu istilah bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Sunyoto dalam (Wahyuni, 2021)bauran pemasaran merupakan kombinsi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan perusahaan untuk mempengaruhi

reaksi para pembeli atau konsumen. Menurut Tjiptono dan Diana dalam (Yohana Walangitan *et al.*, 2022) pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang dihubungkan bersama untuk membentuk program pemasaran yang tepat sehingga suatu perusahaan dapat mencapai tujuan pemasarannya secara efektif sekaligus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Sadono sukirno dalam (Abidin, 2019) industri mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara umum di mana industri diartikan sebagai perusahaan yang menjalankan operasi kegiatan ekonomi yang tergolong ke dalam sektor sekunder, sedangkan yang kedua adalah pengertian dalam teori ekonomi, di mana industri diartikan sebagai kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang yang sama dalam suatu pasar. Home industri merupakan sebuah kegiatan pengelolaan bahan baku atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang mempunyai nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan.

Dalam proses pembangunan industri perlu adanya peningkatan nilai tambah industri di daerah yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan. Pertumbuhan industri kecil merupakan industri yang mempunyai peranan penting dalam menunjang laju pertumbuhan perekonomian daerah, dan perkembangan industri kecil terus meningkat seiring dengan tren perkembangan. Pembangunan Indonesia pada perkembangan sektor industri tidak lepas dari peran dan

keberadaan industri kecil dan kerajinan rakyat. Secara historis, entitas-entitas ini jauh lebih tua dibandingkan manufaktur dan industri modern. Meskipun pendapatan industri kecil secara umum masih tergolong rendah. Namun, di tengah krisis ekonomi, keberadaannya tidak bisa diabaikan. Sabun merupakan suatu produk yang digunakan sebagai bahan pembersih dengan bantuan air. Umumnya sabun dijual dalam bentuk batangan (padat), namun ada juga yang berbentuk cair. Masing-masing format tentunya memiliki keunggulan tersendiri di lingkungan publik yang berbeda-beda.

Home Industri Sabun Pudin yang berada di Dusun Bambu, Desa Tandem Hulu 1, Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara termasuk salah satu diantara home industri yang menggunakan sistem pemasaran dengan mengembangkan beberapa strategi bauran pemasaran. Home Industri Sabun Pudin Desa Tandem Hulu 1 ini didirikan pada tahun 2019-sekarang yang dulunya belum memiliki karyawan dan sekarang sudah memiliki tiga orang karyawan.

Produk yang dihasilkan oleh home industri Pudin adalah sabun cuci piring dan sabun deterjen. Pemilik dari home industri sabun ini (Pudin) mengatakan kedua sabun ini merupakan produk pembersih rumah tangga yang bahan utamanya adalah pewarna (sebagai pewarna sabun), NaCL (sebagai pengental sabun), texapon (untuk mengangkat lemak dan kotoran), camperlan (untuk mengangkat lemak membandel dan sebagai penambah busa), sodium sulfat (untuk mempercepat pengangkatan lemak), dan pewangi (sebagai pewangi pada sabun).

Pemilik dari home industri sabun ini (Pudin) juga mengatakan bahan yang membedakan kedua sabun ini hanyalah pewarna dan pewangi saja, sabun cuci piring menggunakan pewarna warna hijau dan pewangi aroma jeruk nipis atau lemon, sedangkan sabun deterjen menggunakan pewarna warna biru dan pewangi aroma blue

ocean. Bahan ini nantinya akan dimasukkan kedalam ember yang sudah di isi air sesuai takarannya, lalu masukkan bahan tersebut satu-persatu, setiap bahan yang sudah dimasukkan kedalam ember diaduk hingga merata, setelah bahan diaduk hingga merata, selanjutnya tunggu sampai busa sabun yang sudah diaduk menjadi hilang, setalah busanya sudah hilang, lalu masukan sabun tersebut kedalam botol Aqua yang sudah dicuci bersih. Oleh sebab itu sabun memiliki manfaat penting bagi kehidupan manusia.

Penjualan sabun cuci piring dan deterjen pada home industri sabun pudin mempunyai ukuran yang berbeda-beda dimulai dari yang kecil dan besar, untuk harga pada ukuran sabun juga berbeda-beda, untuk sabun cuci piring dan deterjen pada ukuran botol kecil dihargai dengan Rp. 5.000, sedangkan ukuran sabun cuci piring dan deterjen pada ukuran botol besar dihargai dengan Rp. 10.000. Home industri sabun pudin menitipkan sabun cuci piring dan deterjen di kedai-kedai/toko dan dari rumah kerumah dengan metode pembayaran secara langsung ketika sabun itu di antar atau dibayar ketika sabun tersebut sudah terjual habis, tetapi ketika sabun yang telah diantar tersebut terjual habis maka metode pembayarannya di hari esok disaat pengiriman sabun baru dan membayarnya secara dobel atau dua kali lipat karena dihitung dengan sabun yang baru masuk.

Di era sekarang ini teknologi yang semakin canggih namun home industri sabun pudin ini tidak memanfaatkan promosi produknya melalui sosial media, seperti Instagram, Facebook, dan media sosial lainnya. Hal ini membuat kalangan masyarakat tidak mengetahuinya. Produk sabun pada home industri sabun pudin ini memiliki kualitas produk sabun yang ditawarkan cukup baik dimana memiliki ciri-ciri sabun yang sangat kental, jika dipakai busanya cukup banyak, dan mempunyai aroma khas

sabun cuci piring dan deterjen. Namun karena kurangnya promosi yang baik, sabun tersebut tidak begitu dikenal oleh masyarakat banyak, tetapi hanya dikenali oleh masyarakat setempat. Banyak warga setempat yang menggunakan produk sabun cuci piring dan deterjen ini, selain harganya yang murah, tetapi juga busanya yang cukup banyak.

Banyak warga yang menyukai produk sabun cuci piring ini, selain sabunnya yang cukup kental, sabun ini juga banyak busanya dan sangat ampuh untuk menghilangkan kotoran yang sulit dibersihkan. Sebagian warga menyukai sabun detergen untuk mencuci pakaian mereka karena lebih harum dari pada sabun detergen lainnya, tetapi lebih dominan warga menyukai sabun cuci piring karena sabunnya lebih kental dan banyak busanya dari pada sabun cuci piring lainnya.

Dulunya home industri sabun Pudin ini mampu menjual sabun cuci piring dan deterjen tersebut hingga berisi satu gerobak becak perharinya, tetapi sekarang hanya setengah gerobak becak saja. Dan dulunya sabun cuci piring dan deterjen ini juga dikirim ke beberapa daerah kecil seperti Desa Tandem Hulu I, Binjai, Batang Serangan, Stabat, dan Selesei, akan tetapi pengiriman sabun cuci piring dan deterjen sekarang hanya di daerah Desa Tandem Hulu 1 dan Binjai, sekaligus menitipkan sabun cuci piring dan deterjen di kedai-kedai yang ada di daerah tersebut. Pemilik home industri sabun ini ialah Pudin. Penelitian ini dilakukan di Dusun Bambu, Desa Tandem Hulu 1, Kecamatan Hamparan Perak, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.



Gambar 1. 1 Sabun Cuci Piring dan Deterjen

Sumber: home industri sabun Pudin

Permasalahan yang dihadapi oleh home industri sabun pudin ini terletak pada strategi produk yang dimana pemilihan kemasan masih menggunakan botol aqua, tidak hanya membuat produk terlihat kurang menarik, tetapi juga kurang mencerminkan identitas serta nilai kreatif yang seharusnya dimiliki oleh sebuah produk buatan tangan. Oleh karena itu, seharusnya kemasan dari produk home industri sabun pudin ini tidak menggunakan botol aqua, melainkan dirancang dengan desain yang lebih menarik dan inovatif, sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan memberikan kesan yang lebih positif terhadap kualitas sabun yang diberikan.

Permasalahan yang terjadi pada home industri sabun pudin ini yaitu pada strategi pemasaran yang digunakan dalam penjualan sabun ini masih menggunakan metode tradisional yaitu menggunakan metode *supplier* (orang yang mengantar barang) dimana home industri ini sebagai agen yang merintahkan distributor/karyawan untuk menawarkan barangnya. Mereka hanya mengandalkan promosi dengan metode mendatangi rumah ke rumah dan dari mulut ke mulut dan kurang memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produknya, sehingga dengan persaingan yang semakin banyak dan semakin ketat home industri ini mengalami penurunan jumlah

produksi dan juga kehilangan jumlah konsumen, yang pada sebelumnya home industri ini memasarkan produk sampai ke Desa Tandem Hulu 1, Binjai, Batang Serangan, Stabat, dan selesai namun sekarang pemasaran produk sabun cuci piring dan deterjen hanya disekitar Desa Tandem Hulu 1, dan Binjai saja dikarenakan adanya persaingan yang ketat dan harga produk yang lebih murah sehingga membuat home industri sabun pudin mempertimbangkan untuk pengiriman produk yang lebih dekat dan biaya operasional juga lebih sedikit. Hingga sekarang pemasaran produk sabun dari home industri ini hanya di sekitar home industri tersebut dengan menitipkan sekitar 20-30 botol sabun cuci piring dan deterjen yang sudah dimasukkan kedalam botol, selain menitipkan di kedai-kedai/toko sabun cuci piring dan deterjen ini juga menjual produknya dari rumah-kerumah sekitar Desa Tandem Hulu 1 dan Binjai.

Home Industri Sabun Pudin yang sudah mulai beroperasi pada tahun 2019-hingga saat ini, dalam lima tahun terakhir mengalami peningkatan dan penurunan penjualan produknya hal tersebut dapat dilihat pada table 1.1.

Tabel 1. 1 Data Produksi Sabun

| No | Tahun | Jumlah Produksi Cuci Piring (botol) | Jumlah Produksi Detergen (botol) |
|----|-------|-------------------------------------|----------------------------------|
| 1 | 2019 | 3.168 | 1.584 |
| 2 | 2020 | 12.672 | 7.920 |
| 3 | 2021 | 31.680 | 19.008 |
| 4 | 2022 | 28.512 | 15.840 |
| 5 | 2023 | 23.760 | 12.672 |

Sumber: data home industri sabun Pudin (21/10/2024)

Perubahan pada penjualan Home Industri Sabun Pudin ini yang pada awalnya hanya sedikit kemudian meningkat sangat pesat dan beberapa tahun terakhir mulai menurun akan berdampak pada Home Industri Sabun Pudin, selain keuntungan yang semakin tahun semakin menurun, home industri ini juga harus menjaga kualitasnya sabunnya agar penjualan tidak terus menurun.

Tabel 1. 2 Data Pendapatan Home Industri Sabun Pudin

| No | Tahun | Pendapatan/Laba Sabun Cuci Piring | Pendapatan/Laba Sabun Detergen |
|----|-------|-----------------------------------|--------------------------------|
| 1 | 2019 | Rp 15.840.000 | Rp 7.920.000 |
| 2 | 2020 | Rp 63.360.000 | Rp 39.600.000 |
| 3 | 2021 | Rp 158.400.000 | Rp 95.040.000 |
| 4 | 2022 | Rp 142.560.000 | Rp 79.200.000 |
| 5 | 2023 | Rp 118.800.000 | Rp. 63.360.000 |

Sumber: data home industri sabun Pudin (21/10/2024)

Masalah atau kendala yang dialami oleh home industri sabun pudin yaitu pada saat harga bahan baku untuk membuat sabun cuci piring dan deterjen naik. Ketika harga bahan baku naik keuntungan yang didapatkan pada home industri ini menurun tidak seperti biasa pada saat harga bahan baku normal. Home industri ini sangat menjaga kualitas sabunnya dimulai dari pencucian botol untuk pengemasan sabun, pengaduk sabun, ember, dan air sebagai bahan utama pembuatan sabun juga harus bersih. Ketika botol, pengaduk sabun, ember dan air sebagai bahan utama pembuatan sabun tidak bersih maka akan mempengaruhi kualitas sabunnya.

Keuntungan dan kerugian yang didapatkan oleh home industri sabun pudin dapat dilihat dari sabun yang telah dititipkan di kedai-kedai/toko dan dari rumah kerumah habis atau tidak, jika sabun yang mereka titipkan terjual habis maka akan mendapatkan keuntungan, dan jika tidak terjual habis maka keuntungan mereka menurun. Untuk sekarang pembuatan sabun cuci piring berkisar 330 botol dan untuk sabun detergen 165 botol dalam 1 minggu.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti ingin mendalami permasalahan yang terjadi pada home industri sabun pudin tersebut, terutama pada strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan laba penjualan. Dalam penelitian ini alasan peneliti mengambil Home Industri Sabun Pudin ini karena sudah berdiri lebih dari lima tahun dimana pada saat itu memproduksi produk sabun ini pada awalnya

hanya sedikit kemudian mengalami peningkatan produksi lalu beberapa tahun terakhir ini mengalami penurunan produksi, dan jumlah keuntungan, sehingga membuat produk sabun menurun tiap tahunnya. Tidak adanya kenaikan dalam produksi, membuat saya tertarik untuk melakukan penelitian karena saya ingin melihat dan memberikan solusi, agar home industri sabun pudin dapat menaikan kembali produksi sabun yang mengalami penurunan penjualan. Dengan saya melakukan penelitian disini, saya dapat melihat strategi apa yang mungkin dapat dilakukan oleh produsen dalam meningkatkan kembali produksinya.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk memperkuat tujuan yang ingin diungkap dalam penelitian ini maka sebagai penguatan dari latar blakang diatas dapat dirumuskan rumusan masalahnya yaitu : Bagaimana strategi bauran pemasaran yang terdapat pada usaha home industri sabun Pudin di Desa Tandem Hulu I, Kecamatan Hamparan Perak, Kabupaten Deli Serdang?

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, penelitian “Strategi bauran pemasaran home industri sabun Pudin di Desa Tandem Hulu I Kecamatan Hamparan Perak, Kabupaten Deli Serdang” dimaksudkan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang ada pada home industri sabun pudin dengan fokus pada beberapa aspek yaitu : Strategi Produk, Strategi Harga, dan Strategi Promosi.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: untuk mengetahui cara apa saja yang dapat meningkatkan

strategi bauran pemasaran home industri sabun Pudin di Desa Tandem Hulu I, Kecamatan Hamparan Perak, Kabupaten Deli Serdang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi universitas Malikussaleh jika ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi bauran pemasaran.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai promodel untuk pengubahan strategi bisnis yang lebih bersaing dengan usaha sabun lainnya dan bisa memiliki kebermanfaatan tidak hanya bagi peneliti, tetapi juga bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengkaji lebih mendalam lagi tentang strategi bauran pemasaran home industri sabun pudin.