

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri bahan bangunan di Indonesia terus berkembang pesat seiring meningkatnya kondisi perekonomian nasional, dimana kesejahteraan masyarakat memberikan kontribusi besar dalam pengembangan industri bahan bangunan karena bahan bangunan merupakan komponen utama dalam pembangunan fisik berupa sarana dan prasarana infrastruktur. Salah satu indikator berkembangnya industri bahan bangunan adalah banyaknya bermunculan toko bahan bangunan yang memiliki konsep modern seperti pasar swalayan dengan bangunan yang luas dan jumlah barang yang sangat banyak sehingga menjadi tempat *one stop shopping* untuk membeli bahan bangunan (Kholilur, 2018).

Perkembangan dunia industri bahan bangunan tahun-tahun ini semakin berkembang pesat. Didukung dengan peralatan dan sumber daya yang memadai dalam menciptakan hasil bahan bangunan yang berdaya guna tinggi baik dalam kualitas maupun harga (Nurjannah & Sari, 2018). Pertambahan jumlah penduduk dan pemukiman yang semakin padat di daerah Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi yang terdiri berbagai suku membuka peluang bisnis usaha bahan bangunan dalam menyerap pasar yang ada. Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap bahan bangunan menjadikan peluang usaha di sektor ini semakin berkembang. Investor banyak membangun sekolah, toko-toko besar, kompleks perumahan, dan lainnya demi memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut, tidak terkecuali di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi industri bahan bangunan di daerah ini juga meningkat dengan pesat. Banyak pengembang perumahan dan investor yang membangun kompleks perumahan dan mendirikan toko-toko besar. Hal ini menjadikan persaingan di bahan bangunan meningkat, investor kemudian melihat sisi lain dari bisnis bahan bangunan adalah dengan menyediakan bahan-bahan pendukungnya. Pendiri memilih usaha seperti ini karena banyaknya permintaan akan bahan bangunan

di daerah sekitar dan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat.

Salah satu mata pencaharian masyarakat di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat adalah berdagang. Bukan hanya berdagang dalam bentuk kios, pedagang kaki lima namun dapat pula dijumpai beberapa toko besar yang menjual berbagai macam barang. Persaingan perdagangan di wilayah Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi sangat kuat, baik bersaing dari segi harga dan kualitas barang. Saat ini pun telah dikenal jual beli *online* di wilayah tersebut. Sistem penjualan *online* lebih menarik perhatian bagi masyarakat, khususnya kalangan remaja. Pedagang pun harus pandai dalam melihat kondisi masyarakat yang terkadang loyal pembelian di waktu selesai panen.

Di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi terdapat beberapa toko bangunan yang ada. Sehingga akan menimbulkan persaingan yang ketat terhadap penjualan barang toko bangunan tersebut. Adapun daftar nama toko bangunan yang ada di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1.1 Data Pesaing dan Jumlah Konsumen Toko Bangunan Intan Jaya di Kecamatan Batang Asam

No	Nama Toko Bangunan	Jumlah Konsumen Perhari
1.	Toko Bangunan Intan Jaya	50 Orang
2.	Toko Bangunan Rizki Simpang Rambutan	43 Orang
3.	Toko Bangunan Bumdes Astan Jaya	40 Orang
4.	Toko Bangunan Maju Jaya	35 Orang
5.	Toko Bangunan Suban	33 Orang
6.	Toko Bangunan Bumdes Pesapuan Jaya	30 Orang
7.	Toko Bangunan Ryan	30 Orang
8.	Toko Bangunan Kampung Baru	25 Orang

Sumber: data diolah.

Berdasarkan tabel 1. mengenai usaha di bidang toko bangunan yang sama yaitu usaha dagang bahan bangunan. Ke tujuh toko bangunan pesaing yang ada, menjual berbagai macam produk bahan bangunan yang serba ada. Selain itu memiliki promosi yang berbeda-beda dan keunggulan masing-masing di setiap toko bangunan sehingga untuk menarik minat pembeli. Toko bangunan Intan Jaya harus berkompetisi dengan pesaing-pesaing yang ada di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi.

Dewasa ini persaingan dunia bisnis semakin ketat dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi sehingga konsumen mempunyai informasi yang lengkap mengenai alternatif pilihan produk yang tersedia di pasar. Para produsen atau penjual berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumen. Oleh sebab itu konsumen merupakan hal yang utama yang harus di perhatikan disamping produk yang di sajikan (Flores, 2011).

Persaingan bidang usaha yang terjadi di era modern adalah salah satu alasan utama terciptanya ragam produk dan ragam fasilitas dan pelayanan yang disuguhkan para pengusaha bisnis kepada konsumen. Dalam persaingan bisnis, perusahaan atau pemasar harus memiliki keunggulan kompetitif agar dapat terus mengandalkan barang atau produk yang mereka berikan kepada konsumen untuk bertahan. Untuk mencapai keunggulan dalam persaingan bisnis ini, salah satu hal utama yang harus dilakukan adalah cara perusahaan peduli terhadap pelanggannya (Huraida, 2021).

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana perusahaan untuk memperkenalkan produk-produk yang dijual kepada pelanggan dengan seluas-luasnya sehingga akan dapat menjual barang dagangannya sesuai dengan rencana awal. Kecerdikan dan ketetapan pedagang dalam mengatur strategi inilah yang menentukan sukses tidaknya pedagang dalam menjual barang dagangannya. Bukan hanya keuntungan harus diperhitungkan oleh para pedagang akan tetapi kepuasan konsumen tidak jauh lebih penting. Dalam mengelola sebuah usaha, etika pengelolaan usaha harus dilandasi pada norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Penilaian keberhasilan usaha

tidak hanya ditentukan oleh peningkatan prestasi ekonomi dan finansial semata, akan tetapi keberhasilan itu dapat di ukur melalui tolak ukur moralitas dan nilai etika dengan landasan nilai-nilai sosial. Dalam menjual barang dagangannya seharusnya tidak hanya untuk mencari keuntungan semata. Selain itu pedagang seharusnya mampu bertanggung jawab terhadap apa yang di putuskan dalam menjual barang dagangannya.

Keberhasilan suatu usaha ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya. Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha. Pentingnya pemasaran yang dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kegiatan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Dengan meningkatnya ekonomi disuatu daerah maka kondisi ekonomi masyarakat pun dapat berjalan kearah yang lebih positif. Inilah yang menjadi tantangan bagi setiap potensi untuk dapat menjelaskan sistem dengan baik dan berinteraksi dengan sesame pelaku ekonomi dapat berjalan dengan baik. Kepentingan dan kebutuhan dapat diwujudkan dalam bentuk transaksi jual beli bisa mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyakny (Asniar, 2020). Pemasaran adalah sebuah bentuk kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan para pelaku usaha dalam meningkatkan usahanya sehingga dapat berkesinambungan dan mendapatkan keuntungan. Oleh sebab itu strategi pemasaran memiliki peran yang sangat vital bagi keberhasilan suatu perusahaan. Strategi pemasaran yang akan di implementasikan harus ditinjau serta dikembangkan sesuai dengan perkembangan sebuah pasar dan lingkungan sekitar yang dimaksud (Nabilla A. G, 2021).

Untuk menarik minat pembeli, pada toko bangunan harus menetapkan strategi pemasaran lebih matang, agar tingkat pendapatan lebih meningkat, bila toko ingin meningkatkan usahanya lebih maju dan berkembang maka perusahaan harus mampu menyesuaikan diri serta menciptakan ide-ide yang baik dan menyediakan produk-produk yang berkualitas demi perkembangan tokonya.

Adapun data yang penulis dapatkan pada saat melakukan observasi di toko bangunan Intan Jaya selama 6 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.2 Data Penjualan Toko Bangunan Intan Jaya Tahun

2018-2021

No	Tahun	Pendapatan
1.	2018	Rp. 418.976.500,-
2.	2019	Rp. 580.856.250,-
3.	2020	Rp. 697.878.120,-
4.	2021	Rp. 885.345.851,-
5.	2022	Rp. 1.156.150.225,-
6.	2023	Rp. 1.418.230.978,-

Sumber: Toko Bangunan Intan Jaya, 2023.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan di toko bangunan Intan Jaya selalu mengalami kenaikan penjualan dari tahun ke tahun. Penjualan dari tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar Rp. 161.879.750,- ke tahun 2018. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan lagi sebesar Rp. 117.021.870,- ke tahun 2020 serta mengalami kenaikan sebesar Rp. 187.467.731,- dari tahun 2020 ke tahun 2021. Sedangkan pada tahun 2021 mengalami kenaikan ke tahun 2022 sebesar Rp. 270.804.374,-. Terakhir dari tahun 2022 ke 2023 mengalami kenaikan lagi sebesar Rp. 262.080.753. Pada tahun 2023 toko bangunan Intan Jaya mempunyai karyawan sebanyak 6 orang. Dengan pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga akan mempengaruhi peningkatan dalam penjualan di toko bangunan Intan Jaya.

Penjualan di toko bangunan Intan Jaya selalu mengalami kenaikan, diduga karena sudah sesuai dengan strategi bauran pemasaran. Menurut teori Kotler dan Armstrong bauran pemasaran dikelompokkan menjadi empat variabel yang dikenal dengan empat P, yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion* (Hendra Poltak et al., 2021:18). Toko bangunan Intan Jaya dalam menawarkan suatu produk yang dijual ditawarkan untuk mendapatkan perhatian dan menarik minat pembeli, sehingga yang dijual akan dibeli oleh konsumen yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Selain itu, toko bangunan Intan Jaya dalam menjual suatu produk selalu mengutamakan

kualitas dari produk yang dijual. Dengan kualitas produk yang bagus, maka konsumen merasa puas dengan hasil produk yang dibeli. Seperti merek produk semen yang berkualitas baik, keramik dengan merek produk yang bagus, cat tembok dengan merek produk yang berkualitas di pasaran dan lain sebagainya. Dalam menetapkan harga, toko bangunan Intan Jaya tidak menetapkan harga yang terlalu tinggi, harga yang ditetapkan sama dengan harga di pasaran. Tetapi toko bangunan Intan Jaya memiliki kelebihan dalam memberikan diskon apabila membeli produk dengan jumlah yang banyak. Diskon tersebut berupa pengurangan harga bahkan produk yang dibeli oleh konsumen bisa diambil terlebih dahulu baru dibayarkan ataupun menerima kasbon dengan pelanggan. Tempat juga akan menentukan dalam meningkatkan penjualan untuk menarik minat pembeli. Lokasi toko bangunan Intan Jaya yang berada di pertengahan Kecamatan Batang Asam mempengaruhi dalam penjualan maupun menarik minat pembeli. Dari berbagai desa yang ada, menuju lokasi toko bangunan Intan Jaya yang tidak terlalu jauh. Setiap pembeli, produk tersebut diantarkan sampai ke alamat tujuan. Toko bangunan Intan Jaya juga memiliki gudang yang cukup besar, untuk menyimpan barang-barang bangunan. Promosi yang dilakukan oleh toko bangunan Intan Jaya melalui media sosial seperti facebook. Menyampaikan secara lisan kepada konsumen yang sudah melakukan pembelian dengan mengucapkan terima kasih secara sopan. Sehingga dengan demikian, dapat menjaga konsumen untuk tetap berlangganan di toko bangunan Intan Jaya. Dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh toko bangunan Intan Jaya yang sudah cukup baik, maka akan mempengaruhi dalam meningkatkan penjualan maupun dalam menarik minat pembeli.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis bahwa toko bangunan Intan Jaya mempunyai beberapa permasalahan, yaitu seperti produk yang dijual oleh toko bangunan Intan Jaya stoknya sering habis. Sehingga membuat konsumen tidak bisa untuk membeli barang bangunan di toko bangunan Intan Jaya tersebut. Dari harga barang bangunan yang ditetapkan oleh toko bangunan Intan Jaya sering mengalami naik turun. Permasalahan yang berikutnya yaitu tempat ataupun lokasi toko bangunan Intan Jaya berada

di dekat toko bangunan lainnya. Ada dua toko bangunan yang lainnya yang berdekatan dengan toko bangunan Intan Jaya. Sehingga membuat persaingan yang ketat antara toko bangunan tersebut. Fasilitas yang dimiliki oleh toko bangunan Intan Jaya juga masih kurang memadai, bahwa konsumen yang sering membeli di toko bangunan Intan Jaya kebanyakan berdiri, karena kursi yang disediakan untuk konsumen masih kurang. Promosi yang dilakukan oleh toko bangunan Intan Jaya masih belum efektif, karena toko bangunan Intan Jaya tidak memiliki akun media sosial untuk memberikan informasi kepada konsumennya terhadap barang bangunan yang dijual.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, sehingga penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian sebagai berikut: **“Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Pembeli Pada Toko Bangunan Intan Jaya Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengangkat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam menarik minat pembeli pada toko bangunan Intan Jaya di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi?
2. Bagaimana minat pembeli pada toko bangunan Intan Jaya di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu untuk menjelaskan:

1. Strategi pemasaran dalam menarik minat pembeli pada toko bangunan Intan Jaya di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi.
2. Minat pembeli pada toko bangunan Intan Jaya di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi.

1.4 Batasan Masalah

Dalam Batasan masalah ini, supaya tidak meluas, maka penulis membatasi dan memfokuskan pada strategi pemasaran dalam menarik minat pembeli pada toko bangunan Intan Jaya di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1.5.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumber informasi, ilmu pengetahuan dan sumber rujukan kepada mahasiswa yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam menarik minat pembeli pada toko bangunan Intan Jaya di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi.

1.5.2 Secara Praktis

- a. Bagi penyusun, dapat menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan yang lebih mendasar mengenai strategi pemasaran dalam menarik minat pembeli pada toko bangunan Intan Jaya di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi.
- b. Bagi toko bangunan, diharapkan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terutama tentang penerapan strategi pemasaran dalam menarik minat pembeli pada toko bangunan Intan Jaya di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi.
- c. Bagi pihak lainnya, bahan penelitian ini di harapkan menjadi masukan evaluasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi penyusun sendiri dan juga bagi mahasiswa Universitas jambi yang bersangkutan dengan penelitian ini.