

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman dan ilmu pengetahuan membuat masyarakat sadar akan pentingnya berwirausaha. Oleh karena itu, saat ini banyak bermunculan UMKM-UMKM baru penghasil barang atau jasa. Salah satunya adalah UMKM Salad Nyoo di Yogyakarta yang bergerak dalam bidang pengolahan pangan.

Diera yang serba instan sekarang ini, membuat masyarakat sadar akan pentingnya pola hidup sehat, terutama dalam perubahan pola makan. Salad adalah makanan alternatif yang menyehatkan. Bukan hanya mencegah dan mengobati penyakit, tetapi juga mengandung vitamin, mineral, dan serat yang berguna untuk kesehatan dan memenuhi kebutuhan gizi sehari-hari.¹

Saat ini banyak merek salad yang bermunculan di Yogyakarta yang dianggap sebagai pesaing dari Salad Nyoo. Hal ini mengharuskan UMKM Salad Nyoo untuk terus berkreatifitas agar tidak kalah dengan pesaing-pesaing baru. Hal ini sesuai dengan perintah Allah yang tertuang dalam Al-Quran surat Yunus ayat 100 :

¹ Maksindo, "Peluang Usaha Salad Buah Dan Analisa Usahanya", diakses dari <http://www.tokomesin.com/peluang-usaha-salad-buah-dan-analisa-usahanya.html>, pada hari Senin 31 Desember 2018, Pukul 07.41 WIB.

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَنْ تُؤْمِنَ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ ۗ وَجَعَلَ الرِّجْسَ عَلَى الَّذِينَ لَا

يَعْقِلُونَ ﴿١٠٠﴾

Artinya: “Dan tidak ada seorangpun akan beriman kecuali dengan izin Allah; dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalnyanya”.

Tantangan utama yang dihadapi Salad Nyoo adalah bagaimana membangun dan mempertahankan usaha yang sehat dalam lingkungan usaha yang saat ini cepat berubah. Selain itu, globalisasi juga telah menjadi aspek yang memberikan pengaruh besar terhadap perubahan sosial. Pengaruh tersebut mengubah arah gerak manusia diberbagai sektor kehidupan mulai dari bidang ekonomi, sosial, budaya dan teknologi.²

Salah satu cara yang dilakukan Salad Nyoo untuk bertahan dalam persaingan usaha adalah dengan memperhatikan bidang pemasaran. Pemasaran dianggap sebagai faktor penting dalam menunjang penjualan sebuah perusahaan.

Untuk memasarkan sebuah produk yang dihasilkan tidaklah mudah, menurut Philip Kotler agar produk yang dipasarkan berhasil, maka perusahaan harus menggunakan konsep pemasaran yang meliputi manfaat,

² Ahmad Yunadi dan Wiwik Ardiyanti, “Pengaruh program Kampung UKM Digital terhadap Omzet Penjualan (Studi Kasus UKM Batik Kayu Krebet, Pajangan, Bantul)” dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. VIII, No. 1, hlm. 51.

mutu dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga perusahaan akan memperoleh target penjualan yang diinginkan.³

Oleh karena itu, perusahaan harus bisa mempengaruhi konsumen untuk dapat menciptakan permintaan dalam suatu produk. Sedangkan alat yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian adalah dengan melakukan sebuah promosi.⁴

Dalam hal ini konsep pemasaran modern dianggap sebagai strategi yang efektif dalam mempromosikan suatu produk. Konsep pemasaran modern atau dikenal dengan *marketing mix* memiliki 7 unsur didalamnya yaitu : *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), *process* (proses), atau dikenal dengan istilah 7P. Dengan penerapan sistem pemasaran modern diharapkan mampu menunjang dalam penjualan suatu perusahaan.

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP VOLUME PENJUALAN SALAD NYOO DI YOGYAKARTA”**.

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, dan Pengendalian*, Edisi Keenam (Jakarta: Erlangga, 1993), hlm. 10.

⁴ T.S. Wahyu Prima Indrayana, “Analisis Pengaruh Variabel Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan PT. Danliris Di Sukoharjo”, *Skripsi*, (Solo: Universitas Muahammadiyah Surakarta, 2009), hlm. 14-15.

B. Identifikasi Masalah

Untuk mempermudah dalam mengenali masalah, maka penelitian ini hanya mencakup Salad Nyoo di Yogyakarta yang memiliki lima cabang yaitu Seturan, Jalan Kaliurang Atas, UMY, Gambiran, dan Stasiun Lempuyangan. Dan akan menjabarkan poin-poin sebagai berikut :

1. *Product* (produk) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.
2. *Price* (harga) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.
3. *Place* (lokasi) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.
4. *Promotion* (promosi) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.
5. *People* (orang) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.
6. *Physical evidence* (fasilitas fisik) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.
7. *Process* (proses) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Product* (produk) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo ?
2. Apakah *Price* (harga) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo ?
3. Apakah *Place* (lokasi) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo ?
4. Apakah *Promotion* (promosi) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo ?
5. Apakah *People* (orang) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo ?
6. Apakah *Physical evidence* (fasilitas fisik) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo ?
7. Apakah *Process* (proses) berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo ?

D. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh *product* (produk) dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.
2. Untuk mengetahui pengaruh *price* (harga) dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.

3. Untuk mengetahui pengaruh *place* (lokasi) dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.
4. Untuk mengetahui pengaruh *promotion* (promosi) dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.
5. Untuk mengetahui pengaruh *people* (orang) dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.
6. Untuk mengetahui pengaruh *physical evidence* (fasilitas fisik) dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.
7. Untuk mengetahui pengaruh *process* (proses) dalam meningkatkan volume penjualan Salad Nyoo.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti
 - a. Untuk mengembangkan Ilmu Ekonomi Syariah khususnya dalam marketing dari dunia praktisi.
 - b. Diharapkan dari penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi bagi para peneliti yang berniat meneliti masalah yang sama pada masa-masa yang akan datang, serta dapat menambah Khasanah keilmuan dalam dunia Ekonomi Syariah.

2. Bagi Tempat Yang Diteliti

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi catatan dan memberikan kontribusi dalam menentukan strategi pemasaran yang signifikan dalam mengoptimalkan usahanya untuk kesejahteraan.

3. Bagi Institusi

Dapat digunakan sebagai referensi yang dapat memberikan manfaat bagi peneliti dimasa datang yang juga tertarik untuk melakukan penelitian dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.