

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi dan liberalisasi, daya saing suatu usaha perlu ditingkatkan tidak hanya pada aspek produksi, tetapi juga pada aspek strategi pemasarannya. Berbagai strategi serta cara telah dilakukan agar mampu menghadapi adanya suatu persaingan dalam pemasaran. Pemasaran dalam suatu perusahaan merupakan salah satu faktor yang penting dalam menentukan kelangsungan hidup bagi suatu perusahaan. Setiap perusahaan memiliki cara sendiri dalam melakukan kegiatan promosinya.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Dalam *marketing*, promosi berarti upaya meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan. Caranya dengan memberikan informasi kepada masyarakat tentang adanya suatu produk yang mempunyai daya guna tertentu untuk memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>1</sup> Promosi juga dapat digunakan dalam jangka panjang untuk mempertahankan kesan atas suatu produk dan mempertahankan pangsa pasar. Promosi yang efektif harus dapat meningkatkan permintaan atas produk dan menghasilkan tingkat penjualan produk yang lebih tinggi.<sup>2</sup>

Dalam upaya meningkatkan penjualan, suatu perusahaan atau pemasar perlu membuat adanya suatu strategi untuk dapat mengembangkan usahanya. Strategi menurut Chandler adalah penetapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran perusahaan, penerapan serangkaian tindakan, serta alokasi sumber daya yang penting dalam melaksanakan sasaran.<sup>3</sup> Sedangkan Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Jambu air (*Syzygium aqueum*) adalah tumbuhan yang berasal dari Asia Tenggara, dan jambu merupakan salah satu jenis buah-buahan yang sangat dikenal oleh masyarakat dan telah

---

<sup>1</sup> Suyadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), 224.

<sup>2</sup> Muhammad Husni Mubarak, *Pengantar Bisnis* (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010), 162-163.

<sup>3</sup> Purwanto, *Marketing Strategic*, (Jakarta: Platinum, 2012), 14.

dimanfaatkan untuk bahan makanan dan pengobatan. Desa Jungpasir Kecamatan Wedung Kabupaten Demak merupakan sentra jambu air merah delima. Desa Jungpasir adalah desa yang agraris dan pusat utama perekonomian di Desa Jungpasir adalah pertanian. Usaha jambu delima jika dikelola dengan baik, nantinya akan membantu perekonomian Indonesia, khususnya dapat meningkatkan income Desa Jungpasir.

Dalam upaya menunjang keberhasilan penjualan usaha jambu delima di Desa Jungpasir menerapkan strategi pemasaran dalam kegiatan pemasarannya. Mulai dari memasarkan di desa tetangga seperti mutih, tegaron, dan jungsemi. Dan memasarkan juga di kota-kota seperti Jepara, Jakarta, Tangerang dan Bandung. Namun, dari strategi pemasaran yang dilakukannya masih mengalami kendala atau hambatan. Sehingga hasil penjualannya belum maksimal atau kurang signifikan. Adanya hambatan atau kendala tersebut yang menjadi latar belakang pemilihan topik penelitian ini. Permasalahan tersebut yaitu pelaksanaan strategi pemasarannya ternyata masih mengalami kendala atau hambatan, sehingga hasil dari penjualannya kurang maksimal yang ditandai oleh hasil dari penjualan pertahunnya. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel hasil penjualannya dari tahun 2016- 2019, yaitu:

Tabel 1.1

Data Penjualan Jambu Delima Desa Jungpasir Tahun 2016-2019

<b>Tahun</b>	<b>Bulan</b>	<b>Data Penjualan (ton)</b>
2016	Mei- Juni	1500
	November- Desember	1500
2017	Mei- Juni	1800
	November- Desember	1800
2018	Mei- Juni	1900
	November- Desember	1900
2019	Mei- Juni	2100
	November- Desember	2100

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat bahwa tahun 2016, sebelum menerapkan strategi penjualan, jumlah penjualan jambu delima di Desa Jungpasir adalah sebesar 1500. Kemudian setelah menerapkan strategi pemasaran mulai tahun 2017, jumlah penjualan mengalami kenaikan dari tahun ketahun. Peningkatan penjualan dari tahun 2016 ke tahun 2017 adalah sebesar 300. Sedangkan penjualan dari tahun 2017 ke tahun 2018 adalah sebesar 100.

Adapun jumlah penjualan tahun 2019 mengalami peningkatan dari tahun 2018 yaitu sebesar 200. Dari angka-angka data penjualan dari tahun 2016 sampai tahun 2019 dapat dilihat bahwa prosentase kenaikan penjualan pada tahun 2018 lebih kecil dari pada prosentase kenaikan penjualan pada tahun 2017. Pada tahun 2019 prosentase penjualan mengalami kenaikan dari tahun 2018, namun besarnya tidak terlalu besar hanya sebesar 200. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan strategi penjualan yang dilakukan desa Jungpasir belum memberikan kontribusi yang maksimal dalam meningkatkan omset penjualan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk menganalisa bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran di Desa Jungpasir dalam upaya meningkatkan penjualan. Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk meninjau lebih dalam mengenai pelaksanaan strategi pemasaran islami jambu delima dalam meningkatkan penjualan di Desa Jungpasir Kabupaten Demak. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul “***Analisis Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan Jambu Delima Di Desa Jungpasir Kabupaten Demak***”.

#### **B. Fokus Penelitian**

Batasan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus. Sesuai dengan judul yang peneliti ambil dalam penelitian ini, maka penelitian ini hanya terfokus pada Analisis Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan Jambu delima Di Desa Jungpasir Kabupaten Demak.

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian di atas, maka pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran islami jambu delima di Desa Jungpasir Kabupaten Demak?
2. Bagaimana faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan jambu delima di Desa Jungpasir Kabupaten Demak?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses pemasaran Jambu delima di Desa Jungpasir Kabupaten Demak

2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pada pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan jambu delima di Desa Jungpasir Kabupaten Demak?

### **E. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan akan memperoleh manfaat secara teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi mahasiswa dapat memperoleh pengetahuan tentang bagaimana proses strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan jambu delima di Desa Jungpasir Kabupaten Demak
  - b. Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan keilmuan bagi mahasiswa serta masyarakat luas.
2. Manfaat Praktis
  - a. Sebagai bahan masukan bagi petani mengenai pemasaran jambu delima agar dapat sesuai dengan kondisi yang diharapkan serta mengatasi hambatan-hambatan yang muncul ketika memasarkan.
  - b. Sebagai bahan referensi dan data tambahan bagi peneliti-peneliti lainnya yang tertarik pada bidang kajian ini.

### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan digunakan untuk memudahkan penjelasan, pemahaman dan penelaah pokok permasalahan yang akan di bahas, maka penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

#### **1. Bagian Awal**

Terdiri dari: halaman Judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, dan daftar isi.

#### **2. Bagian Isi, terdiri dari beberapa bab:**

Bab I           Pendahuluan, yang meliputi:  
Bab ini meliputi tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II          Kajian Pustaka, yang meliputi:  
Pada bab ini menguraikan tentang kajian teori terkait judul, hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta pertanyaan penelitian.

- Bab III Metode Penelitian, yang meliputi:  
Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, Setting penelitian, subyek penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data.
- Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan  
Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum mengenai obyek penelitian, deskripsi data penelitian, dan analisis data penelitian.
- Bab V Penutup  
Bab ini meliputi kesimpulan, keterbatasan penulis, saran dan penutup.
- 3. Bagian Akhir**  
Terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran dan riwayat hidup.

