

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya kemajuan ekonomi memberikan banyak sekali dampak bagi kehidupan masyarakat. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut berdampak baik dan buruk. Perkembangan dunia bisnis dari tahun ke tahun terjadi dengan sangat pesat, banyak sekali perusahaan-perusahaan saingan yang berdiri untuk meramaikan persaingan ekonomi yang terjadi. Hal ini menuntut perusahaan untuk mempertahankan keberadaan dan kelangsungan hidupnya, maka setiap perusahaan harus beroperasi seoptimal mungkin untuk mencapai kemajuan.

Akibat dari kemajuan ilmu pengetahuan teknologi informasi dewasa ini, maka sebagai salah satu dari hasil kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah ditemukan dan diciptakan komputer. Komputer memegang peranan penting dalam teknologi dan informasi. Berbicara mengenai komputer di Indonesia yang semakin luas penggunaannya, dimana komputer tidak lebih dari suatu mesin atau alat yang diciptakan untuk menerobos keterbatasan dalam hal kecepatan, ketelitian, ingatan dan tidak mudah mengenal lelah dalam mengolah informasi yang sangat besar.¹

Dalam suatu usaha perlu menerapkan strategi bersaing untuk tetap bertahan serta memberikan motifasi dalam mencapai target yang direncanakan. Kelebihan produk yang ditawarkan dapat ditonjolkan melalui diferensiasi produk sebagai strategi unggulan dalam bersaing agar tercipta karakteristik tersendiri yang mampu menarik perhatian para konsumen. namun diferensiasi disini bukan hanya memberikan perbedaan persepsi, tapi juga harus ada keunikan yang sesungguhnya.²

¹Elmayati, *Sistem Penjualan Laptop Dan Accessories Pada CV. Delta Komputer Berbasis Web*, JTI Vol. 5 No. 2, Desember 2013, Hlm. 19

² Hermawan Kertajaya, *Marketing Plus 2000*, Gramedia, Jakarta, 1996, Hlm 68.

Dilihat dari tingkat persaingan antar perusahaan maupun teknik pemasaran yang digunakan, kompetisi bisnis di era global saat ini semakin ketat. Dengan adanya persaingan, perusahaan harus mempunyai keunggulan yang lebih agar bisa menarik perhatian pembeli, menghasilkan citra merk yang bagus, dan mampu bersaing dengan kompetitor lain yang sejenis. Sangat sulit bagi perusahaan membangun reputasi, dan juga sebaliknya sangat mudah untuk kehilangan reputasi perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus menyadari persaingan yang terjadi.

Manajemen perusahaan harus bisa mengolah perusahaan dengan baik, agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, dan juga supaya konsumen dan juga pelanggan tidak beralih ke perusahaan lain. Segala kebutuhan dan keinginan konsumen harus lebih dipahami perusahaan, selain itu juga perlu pemasaran yang baik.

Untuk dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar maka perlu adanya pemasaran yang baik. Apabila hal itu sudah terjadi alhasil perusahaan memperoleh laba maksimum, namun jika pemasaran produk kurang tepat maka akan terjadi penurunan yang berdampak pada penurunan pendapatan perusahaan.

Perebutan pangsa pasar yang sama akan terus dilakukan oleh industri sejenis. Dampak persaingan tersebut sangat jelas yakni konsumen akan menjadi lebih kritis untuk mendapatkan yang terbaik, maka dari itu kebutuhan dan keinginan konsumen serta karakter konsumen harus diketahui oleh pemasar. Seiring berkembangnya teknologi, pendidikan ekonomi, dan sosial budaya, kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan sehingga berpengaruh pada pola konsumsi masyarakat. Dalam pengambilan keputusan pembelian produk konsumen semakin bervariasi. Oleh sebab itu agar tujuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dapat tercapai, maka perusahaan perlu mengatasi perilaku pembelian yang bervariasi tersebut dengan mengidentifikasi sikap konsumen atas keputusan pembelian produk yang hasilnya dapat digunakan dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat.

Sejalan dengan semakin tinggi dan meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat pemasaran adalah hal yang sangat penting. Apabila perusahaan tidak tanggap terhadap apa yang dibutuhkan konsumen dan tidak tau bagaimana cara pemasaran yang tepat, maka kemungkinan perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk menjangkau para konsumen. Menurut Kotler “Pemasaran adalah proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.³

Menyangkut keinginan dan kebutuhan manusia terbentuk oleh kultur serta kepribadian manusia, hal ini merupakan konsep paling mendasari pemasaran. Selain itu pemasaran juga salah satu aktivitas yang wajib dijalankan oleh perusahaan agar dapat mewujudkan tujuan perusahaan yang sifatnya ekonomis yaitu pengembangan usaha untuk memperoleh laba yang maksimal dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dari waktu ke waktu pemasaran semakin meningkat, salah satu bidang usaha yang berkembang pesat saat ini adalah penjualan laptop. Hal tersebut ditandai dengan semakin banyaknya usaha penjualan laptop di Kudus, karena banyaknya permintaan masyarakat dan gaya hidup masyarakat yang semakin modern, yakni lebih menyenangkan suasana kenyamanan berbelanja, kemudahan dalam menemukan produk, kepraktisan dengan harga terjangkau.

Agar mampu menyaingi pesaing dan juga meningkatkan keputusan pembelian perusahaan, maka kita harus melakukan perubahan-perubahan strategi, salah satunya yaitu strategi potongan harga dan hadiah. Untuk mempengaruhi konsumen melakukan pembelian, strategi potongan harga merupakan strategi yang pengaruhnya cukup signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Strategi potongan harga merupakan sebagian dari promosi penjualan yang sangat menarik dalam menarik minat konsumen. Menurut Burnnet dan Moriarty menyatakan bahwa “promosi penjualan menawarkan insentif ekstra agar konsumen melakukan tindakan. Potongan harga adalah insentif ekstra agar konsumen

³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Salemba Empat, Jakarta, 2012, Hlm. 9

mau melakukan tindakan, paling tidak punya perhatian terhadap produk yang ditawarkan, dengan kata lain besarnya potongan harga dapat memberikan dorongan bagi konsumen untuk membeli.”⁴

Selain potongan harga, ada lagi promosi penjualan yang bisa dijalankan yaitu dengan strategi hadiah, strategi hadiah ini juga mampu menarik minat beli konsumen. Hadiah yang diberikanpun harus hadiah yang pastinya bermanfaat. Dalam Islam hadiah dapat diartikan sebagai pemberian dari seseorang kepada orang lain tanpa adanya penggantian dengan maksud memuliakan.⁵ Salah satu uslub yang digunakan Rasul SAW dalam membudayakan saling memberi hadiah adalah dengan perintah memberi hadiah. Perintah akan dilaksanakan jika diiringi dengan penjelasan gagalnya perintah. Hal itu terlihat dalam sabda Rasul SAW berikut ini:

عن أبي هريرة عن النبي صلى الله عليه وسلم قال : تهادوا فان الهدية تذهب وحر الصدر ولا تحقرن جارة لجارتها ولو شق فرس شاة

Artinya: *Dari Abu Hurairah Rasulullah bersabda : “saling memberi hadiahlah kamu, karena hadiah itu dapat menghilangkan perasaan tidak enak di hati. Dan janganlah seseorang merasa tidak enak ketika memberi hadiah dengan sesuatu yang tidak berharga”. (H.R. Turmuzi)*⁶

Hadist di atas menjelaskan bahwa Rasul SAW berpesan agar umat Islam saling memberi hadiah. Tidak ada alasan untuk tidak memberi hadiah, karena dalam hadiah terdapat nilai kasih sayang antara pemberi dan penerima. Jenis, kualitas atau harga barang yang akan dihadiahkan tidak

⁴ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2012, Hlm 300

⁵ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, Hlm. 211

⁶ Imam Turmuzi, *Sunan at-Tirmzi, Juz 4*, Darul Fikr, 1994, Hlm.

menjadi terlalu penting. Selain itu, dengan memberikan hadiah juga dapat menghilangkan perasaan tidak enak di hati. Sehingga hal tersebut dapat menimbulkan rasa kasih sayang dan keakraban sesama umat.

Banyak sekali toko laptop yang ada di Kudus, seperti halnya toko laptop Laskar Computer, Cithakom Laptop Service Center, Bintang Utama Computer, Sinar Jaya Computer, Teha Comp Kudus, Flix Computer dan masih banyak lagi toko laptop di Kudus. Salah satunya adalah toko laptop yang ada di Kudus yaitu Kancil Comp Kudus, Toko laptop Kancil Comp Kudus ini merupakan toko laptop yang menjual berbagai merk laptop dari laptop Compaq, Acer, Toshiba, Lenovo, Hp, Samsung, Appel, dan masih banyak lagi. Toko laptop ini beralamatkan di Jl. Mlati Norowito Gang 10 Rt 03 Rw 09 sebelah timur SD Muhammadiyah Birul Walidain, Kecamatan Kota Kudus, Kabupaten Kudus.

Toko laptop Kancil Comp Kudus merupakan toko laptop yang menyediakan laptop dengan harga yang mampu bersaing dengan toko laptop yang lain, dalam menghadapi persaingan dengan para kompetitor toko laptop Kancil Comp Kudus juga melakukan strategi potongan harga (*discount*), hal ini dilakukan sebagai salah satu strategi promosi usaha. Potongan harga yang ditawarkan oleh Kancil Comp Kudus pun cukup banyak dibandingkan dengan toko laptop pada umumnya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen. Selain potongan harga, Kancil Comp Kudus juga memberikan hadiah dimana jarang sekali toko laptop lain memberikan hadiah kepada para konsumen yang membeli laptop. Di toko Kancil Comp Kudus ini pula memberikan layanan *pick up servise* (jemput bola) maksudnya bagi konsumen yang rumahnya jauh atau tidak ada waktu untuk datang ke toko, bisa diantar kerumah atau tujuan yang dikehendaki dan tidak dipungut biaya ongkos kirim sama sekali asalkan masih diwilayah kota Kudus.

Dengan adanya potongan harga dan juga hadiah diharapkan dapat menarik minat para pembeli. Namun setelah diterapkannya strategi potongan harga dan hadiah penjualan di toko Kancil Comp Kudus ini, belum bisa menggapai pangsa pasar yang lebih berkembang dengan kata lain mengalami stagnan. Hal itu dapat dilihat dari data di bawah ini.

Tabel 1.1 Data Penjualan Laptop Tahun 2014-2018

NO	TAHUN	JUMLAH
1	2014	327
2	2015	300
3	2016	311
4	2017	329
5	2018	347

Sumber: dokumentasi toko Kancil Comp Kudus

Dari data diatas dapat diketahui bahwa strategi potongan harga dan hadiah, dari tahun ke tahun sedikit sekali atau bisa dikatakan stagnan. Oleh karena itu peneliti memandang perlu untuk melakukan penelitian untuk menganalisis strategi potongan harga dan hadiah yang diterapkan oleh toko Kancil Comp Kudus mengapa peningkatannya dari tahun ke tahun sedikit sekali atau bisa dikatakan stagnan. Dengan demikian, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian lapangan yang berjudul: **“Analisis Strategi Potongan Harga (*Discount*) dan Hadiah Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Laptop di Toko Kancil Comp Kudus”**

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah mengetahui penerapan strategi potongan harga (*discount*) dan hadiah, dan keefektifan strategi potongan harga (*discount*) dan hadiah dalam upaya meningkatkan penjualan laptop di Kancil Comp Kudus. Kemudian diteliti dan dianalisis sehingga permasalahan yang sesungguhnya bisa terlihat dan menciptakan sebuah solusi untuk mengatasinya.

C. Rumusan Masalah

Dengan adanya suatu perumusan masalah yang jelas dan terarah diharapkan penelitian ini mampu mencapai tujuan yang hendak dicapai. Berikut rumusan masalah yang ingin peneliti kemukakan adalah:

1. Bagaimana penerapan strategi potongan harga (*discount*) yang ada di Kancil Comp Kudus dalam upaya meningkatkan penjualan laptop?
2. Bagaimana penerapan strategi pemberian hadiah yang ada di Kancil Comp Kudus dalam upaya meningkatkan penjualan laptop?
3. Bagaimana efektifitas strategi potongan harga (*discount*) dan pemberian hadiah dalam upaya meningkatkan penjualan laptop di Kancil Comp Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui srategi potongan harga (*discount*) dalam meningkatkan penjualan laptop di Kancil Comp Kudus.
2. Untuk mengetahui strategi pemberian hadiah dalam meningkatkan penjualan laptop di Kancil Comp Kudus.
3. Untuk mengetahui apakah strategi potongan harga (*discount*) dan pemberian hadiah sudah efektif atau tidak untuk diterapkan di Kancil Comp Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Dengan Penelitian ini semoga mampu memberikan manfaat baik secara praktis maupun ilmiah. Berikut manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dengan Hasil penelitian ini semoga dapat memberikan masukan pemikiran dibidang ilmu manajemen, khususnya mengenai strategi potongan harga (*discount*) dan hadiah dalam upaya meningkatkan penjualan.
 - b. Hasil penelitian ini semoga dapat memberikan gambaran secara realitis solusi yang dapat dilakukan apabila terjadi permasalahan ekonomi berkaitan untuk meningkatkan penjualan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi toko laptop Kancil Comp Kudus, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pemikiran dan

- juga menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang diambil
- b. Bagi masyarakat umum, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai strategi potongan harga (*discount*) dan pemberian hadiah dalam upaya meningkatkan penjualan.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian proposal skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penelitian skripsi yang akan peneliti susun:

1. Bagian awal

Bagian awal ini terdiri dari : halaman judul, persetujuan pembimbing, lembar pengesahan, surat pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

2. Bagian isi

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab I memuat tentang: latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian skripsi.

BAB II : KERANGKA TEORI

Dalam bab II ini membahas tentang: pengertian dampak, strategi pemasaran, potongan harga, hadiah, analisis SWOT, penjualan, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, daftar pertanyaann.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab III memuat tentang: jenis penelitian, pendekatan penelitian, obyek penelitian, lokasi penelitian, instrumen penelitian, sumber data, teknik

pengumpulan data, uji keabsahan data dan analisis data.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN
Bab IV

ini membahas tentang: hasil penelitian meliputi: gambaran umum obyek, moto dan visi misi, lokasi penelitian, dan deskripsi data penelitian. Penelitian meliputi: Analisis strategi potongan harga (*discount*), analisis strategi hadiah, analisis efektifitas strategi potongan harga (*discount*) dan strategi pemberian hadiah dalam upaya meningkatkan penjualan di Kancil Comp Kudus.

BAB V : PENUTUP

Yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran dan penutup.

3. Bagian akhir
Dalam bagian ini terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran.