

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Furnitur merupakan perabotan ataupun peralatan yang dipakai dan dibutuhkan untuk memudahkan dalam aktivitas sehari-hari. Furnitur memiliki bahan yang bermacam-macam, seperti kayu, besi, logam hingga aluminium. Setiap jenisnya tentu memiliki keunggulan dan kelemahan tersendiri sebagai contoh furnitur berbahan aluminium. Furnitur dengan bahan aluminium memiliki keunggulan seperti bahan yang ringan daripada besi, namun tahan terhadap beban berat dan tidak mudah berkarat serta tidak dapat rusak karena dimakan rayap seperti halnya furnitur berbahan dasar kayu. Karena keunggulan ini banyak orang yang melirik furnitur berbahan aluminium.

Menurut Wirakusumah (2017), secara global kebutuhan aluminium akan semakin meningkat karena adanya beberapa faktor seperti pertumbuhan penduduk, kemajuan teknologi dan inovasi yang cepat, konsumsi aluminium global hingga tahun 2030 diperkirakan meningkat secara rata-rata 3% pertahun. Untuk itu furnitur aluminium di Indonesia harus ditingkatkan agar dapat berdaya saing kuat dipasar.

Menurut Abdul Sobur sebagai Sekretaris Jenderal Himpunan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia (Himki) bahwa semakin banyak gedung, rumah, dan kantor, semakin besar pula penjualan yang dapat dicapai industri furnitur namun produk-produk furnitur impor masih lebih mendominasi pasar domestik ketimbang produksi lokal, hal ini menyebabkan pasarnya tumbuh namun tidak untuk produk dalam negerinya.

Seperti halnya penjualan furnitur berbahan aluminium pada salah satu perusahaan yang ada di kota Medan, mulai terjadinya penurunan pada penjualan dan juga fluktuasi. Fluktuasi adalah gejala yang menunjukkan suatu perubahan turun naiknya pada suatu variabel. Apabila digambarkan dalam bentuk grafik, maka akan menunjukkan keadaan yang tidak tetap atau naik turun (Bahri, 2017). Fluktuasi adalah gejala, tanda atau keadaan yang menunjukkan turun – naiknya harga, perubahan harga tersebut karena pengaruh permintaan dan penawaran (KBB Online, 2019) . Dan ada yang disebut sebagai fluktuasi ekonomi yaitu gejala tumbuh dan menyusutnya pendapatan nasional atau naik-turunnya harga barang maupun jasa dalam suatu pasar. Fluktuasi ini terjadi karena dinamika pasar, karena adanya perubahan *supply* dan *demand* (Brainly.co.id, 2018). Fluktuasi ini disebut siklus bisnis. Fluktuasi ini tentu tidak di inginkan oleh perusahaan manapun. Karena fluktuasi akan mempengaruhi semua dimensi dari kegiatan ekonomi, produksi hingga tingkat pengangguran. Fluktuasi dalam perekonomian sifatnya tidak teratur dan tidak dapat diramalkan saat produksi turun tingkat pengangguran akan naik. Hal inilah yang berusaha diminimalisirkan oleh salah satu perusahaan furnitur aluminium di Medan yaitu Rapy Ray.

Rapy Ray merupakan toko yang bergerak dalam bidang furnitur aluminium yang salah satu cabangnya berada di Jl. Letda Sudjono, Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kota Medan 20225. Rapy Ray memiliki berbagai lini produk seperti rak piring, *show case*, steling, jemuran hingga *kitchen set*.

Toko ini juga menyediakan produk *custom* atau tempahan dimana konsumen dapat memesan barang sesuai dengan bentuk atau desain yang diinginkan. Namun perubahan terjadi setiap tahun dan membuat penjualan tidak

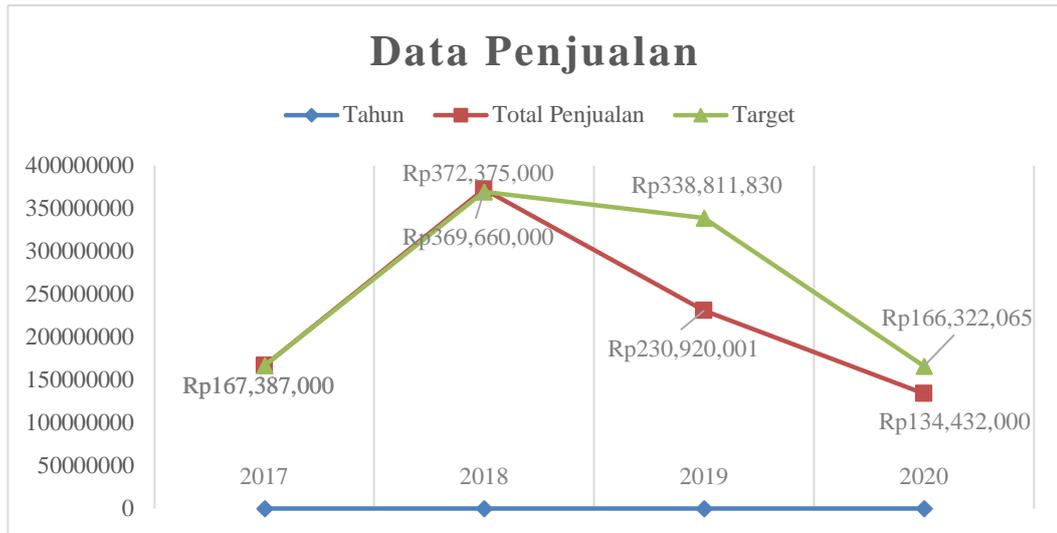
menentu. Banyaknya saingan dan minat beli dari masyarakat merupakan salah satu faktor yang menyebabkan Rapy Ray mengalami fenomena fluktuasi atau terjadinya naik dan turunnya penjualan.

Tabel 1.1
Total Penjualan dan Target Penjualan Rapy Ray
Tahun 2017 – 2020

Tahun	2017	2018	2019	2020
Total Penjualan	Rp 167,387,000	Rp 372,375,000	Rp 230,920,001	Rp 134,432,000
Target	Rp 167,387,000	Rp 369,660,000	Rp 338,811,830	Rp 166,322,065

Sumber: Data penjualan PT Rapy Ray (telah diolah kembali)

Dapat dilihat pada tabel 1.1 total penjualan di tahun 2017 telah mencapai target yang telah ditetapkan yaitu Rp 167.387.000. Sedangkan pada tahun 2018 total penjualan di Rapy Ray mengalami kenaikan dan melebihi target yang telah ditetapkan oleh perusahaan yaitu sebesar Rp372.375.000. Namun memasuki tahun 2019 total penjualan sangat menurun sehingga total penjualan tidak mencapai target yang telah ditetapkan pada tahun itu. Sama seperti tahun 2019, di tahun 2020 total penjualan pada toko Ray Ray yang berada di jalan Letda Sudjono ini belum juga mencapai target yang telah ditetapkan.



Gambar 1.1

Grafik Total Penjualan dan Target Penjualan Rapy Ray

Tahun 2017 – 2020

Sumber: Laporan Penjualan Rapy Ray (telah diolah kembali)

Pada grafik 1.1 dapat dilihat seberapa besar penurunan penjualan yang terjadi ditahun 2020. Pada tahun 2017 target penjualan ditetapkan sebesar Rp 167,387,000 dan total penjualan mampu mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pada tahun 2018 target penjualan meningkat menjadi Rp 369,660,000 dan total penjualan yang didapat oleh toko Rapy Ray yaitu sebesar Rp 372,375,000 dimana angka ini melebihi dari target yang telah ditetapkan. Namun ditahun 2019 dan 2020 total penjualan pada toko ini tidak mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan. Ditahun 2019 target yang ditetapkan sebesar Rp 338,811,830 namun total penjualan hanya mencapai Rp 230,920,001 dan ditahun 2020 target penjualan untuk akhir bulan Juni 2020 yaitu sebesar Rp 166,322,065 dan total penjualan hingga saat ini baru mencapai Rp 134,432,000.

Penurunan penjualan dan tidak tercapainya target sepanjang tahun 2019 hingga Juni 2020 ini dapat terjadi karena adanya ketidaksesuaian dengan strategi

yang diterapkan di Rapy Ray cabang Letda Sudjono. Untuk itu diperlukan strategi baru yang lebih sesuai, guna menghindari hal yang sama pada tahun yang akan datang.

Setiap perusahaan tentu mengharapkan agar perusahaan mereka mendapatkan penjualan yang senantiasa meningkat dari tahun ke tahun. Usaha dalam meningkatkan penjualan ini begitu penting bagi setiap perusahaan manapun. Namun jika suatu perusahaan mengalami penurunan dari tahun ke tahun maka akan menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan atau bisa jadi perusahaan tersebut akan mengalami gulung tikar atau bangkrut. Menurut Nikmah (2018), ‘perusahaan yang tidak dapat memenuhi selera konsumen praktis akan mengalami penurunan volume penjualan’.

Karena adanya masalah ini maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “*Penggunaan Matriks SWOT Dan Metode QSPM Untuk Menganalisa Dan Menyusun Strategi Pemasaran Produk Furnitur (Studi Kasus Pada Toko Furnitur Rapy Ray Medan)*”. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir terjadinya penurunan ditahun yang akan datang karena semakin ketatnya persaingan di pasar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka fokus penelitian ini antara lain:

1. Apa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari Rapy Ray?
2. Apa strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh Rapy Ray untuk meningkatkan volume penjualan?

1.3 Tujuan Penelitian

a. Tujuan Umum

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menganalisa situasi dan meneliti strategi apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan terhadap Rapy Ray.

b. Tujuan Khusus

1. Menganalisis dan merumuskan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Rapy Ray.
2. Merumuskan tentang strategi pemasaran yang dapat digunakan Rapy Ray untuk meningkatkan volume penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis.

Penelitian ini menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam menerapkan teori – teori bidang pemasaran.

b. Bagi Perusahaan.

Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan untuk perumusan strategi pemasaran yang akan datang guna meningkatkan volume penjualan.

c. Bagi Penelitian Sejenis.

Dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya khususnya dalam strategi pemasaran.

1.5 Batasan Masalah

a. Perusahaan yang diteliti adalah Rapy Ray.

b. Bagian yang diteliti dalam perusahaan merupakan bagian pemasaran.

- c. Perusahaan saingan atau *competitor* yang diteliti merupakan dua toko yang memiliki produk sejenis dengan kualitas yang sama yaitu Toko Seroja dan Toko Bagas Sanjaya.

