

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan situs Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik dalam laporan Kabupaten Gresik dalam angka tahun 2023 menyatakan bahwa Kabupaten Gresik mempunyai jumlah UMKM yang bergerak dibidang retail sebesar 3.488 usaha. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa persaingan usaha dalam bidang industri retail di Kabupaten Gresik mempunyai tingkat persaingan yang tinggi. Dengan tingginya jumlah persaingan usaha maka perlu dilakukan pengembangan usaha agar perusahaan dapat bertahan dan bersaing.

Pengembangan usaha merupakan suatu kegiatan usaha untuk menjual barang atau jasa guna untuk menghasilkan keuntungan (Simanjutak, 2021). Dari pengertian diatas dapat diajarkan bahwa pengembangan usaha merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh seorang pengusaha dalam pengambilan keputusan baik itu menambah maupun mengurangi taktik atau strategi perusahaan. Pelaksanaan kegiatan pengembangan usaha dapat dilakukan dari berbagai sisi perusahaan baik itu sistem operasional perusahaan, keuangan, sumber daya manusia hingga pemasaran.

Pemasaran merupakan sebuah sistem secara menyeluruh dari pengoperasian bisnis berupa perencanaan, penentuan harga jual, kegiatan promosi dan distribusi produk perusahaan yang bertujuan memenuhi kepuasan para pelanggan. Konsep pemasaran merupakan sebuah falsafah bisnis yang memberi pernyataan bahwa pemenuhan kepuasan konsumen adalah syarat ekonomi dan sosial bagi berlangsungnya perusahaan. Berdasarkan penjelasan konsep pemasaran diatas

dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan harus mengutamakan kepuasan konsumen dengan memahami apa yang diinginkan oleh konsumen sehingga perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang.

Toko Anugrah merupakan salah satu dari sekian banyak toko retail yang berlokasi di Desa Bunderan Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. Toko retail ini merupakan salah satu toko yang telah banyak diketahui oleh masyarakat Desa Bunderan Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik, hal ini dikarenakan toko Anugrah telah didirikan lebih dari 45 tahun yang lalu tepatnya tahun 1978 oleh pemilik retail yang bernama H. Nanang Grosir. Toko Anugrah bergerak pada bidang *food* dan *non food* dengan jumlah item keseluruhan yang dijual oleh retail ini sebanyak 500 item, terdiri dari 495 item untuk *food* dan 5 item untuk *non food*.

Banyaknya jumlah toko di wilayah Kabupaten Gresik merupakan salah satu ancaman bagi toko retail Anugrah agar dapat bertahan dan berkembang menjadi lebih besar. Untuk dapat menghadapi ancaman permasalahan tersebut maka toko Anugrah memerlukan pengembangan bisnis yang tepat. Oleh karena itu penelitian ini perlu untuk dilakukan untuk bertujuan menemukan strategi pengembangan bisnis melalui pemasaran yang tepat dengan melakukan analisis pemasaran *marketing mix*.

Penelitian yang dilakukan di toko Anugrah merupakan pengembangan penelitian dari Nurul Arifka yang berjudul penerapan strategi bauran pemasaran 7p dalam meningkatkan penjualan (studi kasus pada sambel layah arcawinangu). Unsur keterbaruan dan pengembangan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu selain melakukan analisis *marketing mix 7p* pada sebuah toko dengan narasumber pemilik dan karyawan toko, peneliti menambahkan narasumber dari pelanggan untuk

menambah referensi serta memperoleh informasi sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pengambilan keputusan terkait langkah pengembangan usaha yang akan dilakukan oleh toko Anugrah.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi bisnis yang telah digunakan toko Anugrah?
2. Bagaimana *marketing mix* diimplementasikan pada toko Anugrah?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi bisnis yang telah digunakan toko Anugrah.
2. Untuk mengetahui hasil implementasi *marketing mix* pada toko Anugrah.

1.4 Manfaat Penelitian

1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi peneliti yang akan datang serta dapat dijadikan referensi bagi toko Anugrah dalam mengembangkan usaha melalui pemasaran.

2 Manfaat Praktis

Penelitian bermanfaat bagi peneliti sebagai sarana aktualisasi diri untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh di bangku perkuliahan yaitu tentang cara merancang strategi pengembangan bisnis pada bidang pemasaran.

3 Manfaat Akademis

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah Skripsi pada program studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.

1.5 Kesenjangan Fenomenologi

Kesenjangan fenomena penelitian atau yang biasa disebut dengan *research gap* merupakan kekurangan atau celah pada sebuah hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan dapat dijadikan dasar penelitian baru untuk menutupi kekurangan tersebut. Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukn peneliti pada peneletian sebelumnya, peneliti menemukan keterbatasan penelitian berupa belum adanya penelitian yang membahas terkait penerapan pengembangan usaha menggunakan strategi *marketing mix* pada toko retail di wiliayah Kabupaten Gresik.

Dilakukannya penelitian ini, akan ditemukan hasil atau gambaran data analisis baru yang membahas terkait penerapan pengembangan usaha menggunakan strategi *marketing mix* pada toko retail di wiliayah Kabupaten Gresik. Hasil tersebut dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi para pengusaha skala UMKM yang akan bergerak bidang retail di wilayah Kabupaten Gresik dalam mengembangkan usahanya agar memperoleh hasil yang baik.