

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

PT. Consina Segara Alam adalah perusahaan yang bangga dengan kekayaan alam Indonesia dan berkomitmen untuk menyediakan alat *camping* dan *outdoor* berkualitas tinggi dengan menonjolkan kelokalannya, Consina juga membuat produk-produknya yang ramah lingkungan sehingga ketika digunakan tidak merusak lingkungan dan mengurangi dampak negatif pada alam. Produk yang dihasilkan oleh Consina yaitu sepatu gunung, sandal gunung, tas *carrier* (tas gunung), tas ransel, *drybag*, *waist bag* (tas pinggang), dompet, sarung tangan, jaket, kemeja, celana pendek, celana panjang, kursi *camping*, dan tenda. Produksi produk-produk Consina dilakukan di pabrik yang berlokasi di Tangerang, Banten, Indonesia, yang nanti didistribusikan di toko cabang-cabang seluruh Indonesia. Di tahun 2023, Consina memiliki 49 toko yang tersebar diseluruh Indonesia.

Salah satu toko yang dimiliki Consina terletak di jalan Kaliurang Yogyakarta. Produk yang dijual di consina di jalan Kaliurang antara lain sepatu gunung, sandal gunung, tas *carrier* (tas gunung), tas ransel, *drybag*, *waist bag* (tas pinggang), dompet, sarung tangan, jaket, kemeja, celana pendek, celana panjang, kursi *camping*, dan tenda, Lokasi Consina Kaliurang yang berada di Jalan Kaliurang, Yogyakarta, merupakan lokasi strategis yang memberikan akses yang mudah bagi pelanggan yang ingin mengunjungi toko tersebut. Dengan berada di salah satu jalan terbesar di Yogyakarta, Consina Kaliurang dapat dengan mudah dijangkau oleh para pecinta alam dan petualang baik dari dalam maupun luar kota. Keberadaan Consina Kaliurang di lokasi yang strategis ini memudahkan pelanggan untuk mendapatkan peralatan camping dan outdoor yang mereka butuhkan

dengan cepat dan praktis. Selain itu, aksesibilitas yang baik juga memungkinkan Consina Kaliurang menjadi tujuan utama bagi para pecinta alam yang ingin mempersiapkan diri sebelum melakukan petualangan di daerah sekitar Yogyakarta.

Consina Kaliurang pertama kali berada di Jalan Kaliurang KM 15, Hargobinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta yang berdiri pada 2007 lalu pindah ke Jalan Kaliurang Km. 5,7 pada tahun 2010. Dengan berpindahnya toko yang berada di tempat salah satu Jalan di Yogyakarta yang sangat strategis sehingga meningkatkan penjualan toko tersebut.

Pada masa pandemic Covid 19 penjualan di Consina jalan Kaliurang menurun. Hal ini disebabkan karena Menurunnya tren *trekking* (naik gunung), Setelah masa pandemi pandemic berakhir, masyarakat Indonesia merubah prioritas kegiatan yang dilakukan. Mereka lebih mengutamakan kegiatan yang berkaitan dengan keluarga, rumah dan kesehatan. Beberapa masyarakat Indonesia menjadi kurang tertarik dengan kegiatan luar seperti *hiking* dan *trekking*. Berkurangnya minat untuk melakukan kegiatan di luar rumah itu juga mempengaruhi omzet penjualan Consina. Untuk meningkatkan omzet penjualannya, Consina melakukan berbagai strategi, salah satunya dengan melakukan strategi bauran pemasaran. Menurut (Kotler, 2016) bauran pemasaran memiliki 4 elemen yang dikenal dengan 4P yaitu *product, price, promotion dan place*. Namun menurut (Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, dan Philip Kotler, 2021) untuk pemasaran jasa ditambah tiga unsur yaitu orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Consina menggunakan 7p yaitu *product, price, promotion, place, people, process dan physical evidence*. Dengan strategi yang sekarang digunakan, terlihat Consina masih bisa eksis, semakin terkenal dan semakin meningkat pendapatannya.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penulisan laporan ini adalah strategi bauran pemasaran yang meliputi *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence (7P)* di Consina Kaliurang Yogyakarta periode Agustus sampai September 2021.

C. Tujuan

Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang meliputi *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence (7P)* di Consina Kaliurang Yogyakarta

D. Manfaat

Berdasarkan tujuan yang akan dicapai, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi D 3 dan diharapkan dapat menjadi sarana serta pengalaman yang bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang topik yang dibahas dalam bidang pemasaran.

2. Bagi Pembaca dan Masyarakat

Memberi tambahan referensi dan dapat menjadi bahan acuan bagi penulis selanjutnya, khususnya tentang strategi bauran pemasaran di Consina Kaliurang Yogyakarta.

3. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk pengambilan keputusan yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran.