

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Strategi pemasaran merupakan salah satu dari upaya pemasaran suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi . Strategi pemasaran dinilai penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berpengaruh untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Disamping itu strategi pemasaran dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar (Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, 2022).

Strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang dilakukan agar mendapatkan tujuan dan hasil yang diinginkan sesuai pasar sasaran. Dinamika perkembangan bisnis di bidang jasa cetak dan *desain grafis* yang cukup besar dan beragam menyebabkan pebisnis atau Perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat untuk bekerja keras mendapatkan hati para konsumen dan memenuhi target penjualan.

Dengan membuat desain produk yang menarik dan berbeda dari yang lain membuat konsumen mau membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Pada kegiatan promosi, desain produk digunakan untuk menciptakan materi visual yang memikat, seperti gambar, dan tulisan. Desain produk juga memungkinkan perusahaan membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap *brand* atau merek perusahaan. Desain produk yang baik tentu

harus memiliki kualitas desain yang menarik pula, dengan desain produk tenaga pemasar dapat mendesain produk *souvenir* yang diinginkan oleh pelanggan.

Salah satunya CV Jogja Merchandise yang melayani konsumen untuk membantu membuat *souvenir* dan aksesoris seminar yang menarik agar tercipta positioning yang kuat dibenak konsumen. CV Jogja Merchandise terletak di Dusun Ngemplak Asem, Kalurahan Umbulmartani, Kapanewon Ngemplak, Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta berfokus dalam membuat *souvenir* seperti *mug printing*, sablon kaos DTF, celengan *custom*, *totebag custom*, gantungan kunci, *tumbler custom*, jam *custom*, topi *custom*, dan ID Card. Dalam pembuatannya CV Jogja Merchandise selalu berupaya agar dapat memenuhi apa yang diperlukan oleh konsumen, seperti memberikan revisi dan solusi sesuai keinginan konsumen, sehingga dapat memberikan citra merek yang kuat dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Dari penjelasan di atas, maka dapat dibuat laporan tugas akhir dengan judul “**Strategi Produk Pada CV Jogja Merchandise**”

B. Batasan Masalah

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi strategi produk dalam pemasaran. Penulisan tugas akhir ini dibatasi pada pelaksanaan strategi produk yaitu pada strategi yang memperhatikan pasar dan teknologi (*Customer/market & technology*) yang dilakukan pada CV Jogja Merchandise pada periode waktu magang dimulai tanggal 01 Agustus samapai dengan 09 September 2023.

C. Tujuan

Dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini membatasi masalah sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi produk yang digunakan CV Jogja Merchandise.
2. Mengetahui hambatan pelaksanaan strategi produk dan solusinya .

D. Manfaat

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

1. Bagi Penulis.

Sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi D3 dan diharapkan dapat menjadi sarana serta pengalaman yang bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang topik yang dibahas dalam bidang pemasaran.

2. Bagi Perusahaan.

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

3. Bagi STIM YKPN Yogyakarta

Menambah persediaan perpustakaan dan sebagai bahan referensi bagi penulis lainnya terhadap masalah yang sama pada masa yang akan datang.