**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Toko Merupakan Bangunan tetap untuk menjual barang kebutuhan sehari-hari. Luas bangunannya lebih besar dari pada warung. Pengelolaan usahanya pun dilakukan secara lebih rapi.

Kegiatan jualbeli di toko berbeda dengan di warung. Harga barang di toko telah ditetapkan dan tidak bisa ditawar. Kelebihannya, pembeli memiliki banyak pilihan karena barang yang dijual lebih banyak daripada di warung. Pembeli memiliki banyak pilihan karena barang yang dijual lebih banyak daripada di warung. Pembeli pun bebas memilih barang kemudian membayar sesuai dengan harga yang telah ditetapkan.

Dalam hal ini saya mencoba mengobservasi salah satu tempat di pajarakan. Tempat ini adalah “ Toko Media Computer” dimana letaknya yang cukup strategis sehingga lebih mudah mengobservasi serta menerapkan strategi pemasaran bagaimana yang bisa dan harus di terapkan di toko tersebut guna meningkatkan omset penjualan.

Dengan semakin meningkatnya persaingan perdagangan saat ini maka untuk itu diperlukan pelaksanaan strategi pemasaran yang efektik dan efisien sehingga bisa di gunakan sebagai penopang bagi pedagang eceran yaitu “Toko Media Computer” dalam mempertahankan dan mengembangkan Toko.

Dengan Pesatnya Perkembangan usaha di pajarakan probolinggo khususnya, dan banyak membuka usaha toko Alat Tulis Kantor (ATK) dan komputer. Sehingga kita membuat rencana strategi agar laba menjadi meningkat, menjalin hubungan dengan baik konsumen dan melakukan promosi.

Dengan uraian diatas, maka penulis mengambil judul mengenai “ Pelaksanaan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada ‘Toko Media Computer’ Pajarakan Probolinggo”.