

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman sekarang, kemajuan dalam bidang teknologi dan perkembangan di bidang ekonomi melaju pesat. Hal ini mendesak sebuah perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada di dalam perusahaannya agar pekerjaannya lebih efektif dan efisien. Contohnya adalah bentuk Usaha Kecil Menengah (UKM) yang seiring perkembangan zaman mengalami peningkatan yang baik. Pelaku bisnis UKM membuat dan menghasilkan produk-produk yang memiliki beragam variasi, sehingga tidak hanya terfokus pada satu produk dan menjadi pesaing bagi para pelaku bisnis lainnya. Usaha Kecil Menengah (UKM) ini menjadi sebuah inovasi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi didalam tatanan masyarakat demi memperoleh kesejahteraan hidup yang memenuhi kebutuhan. Usaha Kecil Menengah dianggap sebagai penyangga sistem perekonomian di Indonesia, karena membantu dalam perkembangan pertumbuhan perekonomian di masyarakat. Sifat independen masyarakat dalam membangun sebuah UKM menjadi harapan agar dapat membantu mengurangi jumlah pengangguran yang ada jika dilihat dari fakta terbatasnya jumlah lapangan pekerjaan yang tidak sebanding dengan jumlah tenaga kerja yang ada dan bahkan terus bertambah.

Sebuah perusahaan pastinya merupakan salah satu pelaku ekonomi yang memiliki dampak besar dalam perekonomian. Tersedianya sebuah perusahaan menyebabkan dampak positif dan negatif terhadap masyarakat. Produk hasil perusahaan seperti barang ataupun jasa dapat memberikan manfaat dan dapat membantu pemenuhan kebutuhan masyarakat. Perusahaan yang bergerak di bidang barang dan jasa berkembang pesat pada sekarang ini. Maka dari itu, setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk memperkenalkan kelebihan dari produk atau jasa yang ditawarkan agar dapat menarik minat para konsumen.

Semakin berkembang pesat dunia perekonomian pada saat ini menuntut semua perusahaan yang bergerak di bidang barang terus gencar mempromosikan barang yang dijual agar perusahaan dapat selalu mengembangkan usahanya dan meraih tujuan omset yang diinginkan.

Salah satu contoh perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan barang adalah perusahaan tas yang merupakan suatu bisnis barang yang sedang populer akhir-akhir ini dikarenakan memiliki peluang bisnis yang sangat menarik dan meyakinkan untuk dijalankan karena kebutuhan fashion masyarakat yang terus berkembang juga menuntut para pelaku usaha di bidang barang untuk menciptakan produk-produk baru yang dapat bersaing di pasaran dan menarik minat konsumen.

Tingginya tingkat permintaan dan beragam jenis permintaan konsumen menjadi sebuah dorongan terhadap para pelaku usaha untuk membangun sebuah usaha. Namun demikian dengan semakin banyaknya perusahaan yang ada, menarik persaingan yang semakin tinggi menuntut sebuah perusahaan harus membuat strategi yang bagus.

Sebuah strategi menjadi hal penting yang harus dirancang untuk menghadapi persaingan yang ada. Strategi pemasaran sangat dibutuhkan untuk bertanding menghadapi persaingan antara perusahaan yang ada menyebabkan semua perusahaan mengetahui kebutuhan agar memaksimalkan aset dalam perusahaan untuk kelangsungan perusahaan tersebut. Contoh strategi pemasaran adalah promosi. Setiap perusahaan mempunyai strategi yang berbeda. Strategi adalah usaha dalam mengembangkan kelebihan perusahaan bagian eksternal yang kompetitif agar mencapai target penjualan dalam perusahaan.

Moza Bags adalah salah satu contoh perusahaan bidang produksi barang yang telah beroperasi selama 5 (lima) tahun dan berada pada lingkungan yang umumnya juga mendirikan usaha bidang produksi barang. Maka dari itu, Moza Bags harus mampu bersaing dengan perusahaan produksi barang lainnya agar dapat menarik minat para konsumen.

Promosi yang dilakukan oleh Moza Bags ini diantaranya adalah memasang iklan, berbentuk spanduk yang dipasang di depan tempat usaha Moza Bags. Melakukan pembagian brosur atau katalog secara langsung maupun secara online

agar para konsumen dapat memilih barang yang mereka suka. Serta melakukan promosi penjualan seperti memberi diskon atau potongan harga dari harga normal yang tertera.

Seperti perusahaan pada umumnya, Moza Bags juga mempunyai target penjualan dalam operasional perusahaan. Target penjualan yang ditentukan oleh Moza Bags pada bulan pertama hingga bulan ke sepuluh belum mencapai target. Hal ini timbul dikarenakan kurang maksimalnya strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan Moza Bags.

Tabel 1.1 Target Penjualan dan Realisasi Penjualan Moza Bags  
Tahun 2016-2020

<b>Tahun</b>	<b>Target Penjualan (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>
2016	80.000.000	85.000.000
2017	90.000.000	92.000.000
2018	100.000.000	103.000.000
2019	100.000.000	98.000.000
2020	150.000.000	139.000.000

*Sumber Data : Moza Bags, 2021*

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat ditarik kesimpulan bahwa realisasi penjualan Moza Bags 2 tahun terakhir tidak mencapai target. Moza Bags sudah melakukan upaya strategi promosi yang berbeda demi meningkatkan realisasi penjualan. Contohnya dengan mengadakan penjualan secara personal, menjual harga yang lebih murah daripada di perusahaan lain, namun masih belum memenuhi realisasi penjualan agar sesuai dengan target penjualan.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk membahas permasalahan yang dialami oleh Moza Bags sehubungan dengan tidak tercapainya

target penjualan dalam bentuk laporan akhir yang berjudul “**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM PENCAPAIAN TARGET PENJUALAN PADA MOZA BAGS PALEMBANG**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh Moza Bags Palembang dalam mencapai target penjualan?”

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Adapun ruang lingkup pembahasan agar lebih terarah dan tidak menyimpang dan pokok permasalahan yang ada yaitu penerapan strategi promosi dalam pencapaian target penjualan pada Moza Bags.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi promosi yang dilakukan untuk pencapaian target penjualan pada Moza Bags.

### **1.4.2 Manfaat**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah meningkatkan volume penjualan Moza Bags.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penelitian laporan akhir ini, penelitian dilakukan di usaha Moza Bags bertempat di Jalan Kolonel Sulaiman Amin KM. 7 Komplek Perumdam Kartika 2 Blok C. 25, Palembang.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Menurut Yusi dan Indris (2016:109), pembagian data menurut cara memperolehnya adalah sebagai berikut:

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Penulis memperoleh dan mengumpulkan data untuk penyusunan laporan akhir secara langsung dengan

melakukan wawancara langsung kepada pemilik Usaha Mozabags. Penulis mendapatkan data tersebut dengan mengunjungi Mozabags.

b. Data Sekunder

Sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Penulis memperoleh data untuk penyusunan laporan akhir dari berbagai sumber seperti buku, artikel, dan internet yang telah dipublikasikan yang ada kaitannya dengan strategi promosi, serta data lainnya.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menggunakan beberapa metode diantaranya sebagai berikut:

1. Riset Lapangan

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke tempat lokasi perusahaan dalam hal ini yaitu Usaha Mozabags bertempat di Jalan Kolonel Sulaiman Amin KM. 7 Komplek Perumdam Kartika 2 Blok C. 25, Palembang dengan cara:

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan metode wawancara. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik Usaha Mozabags tentang data-data yang diperlukan.

b. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:422), dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni yang berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada. Pada penulisan

laporan ini, penulis mengambil dokumentasi berupa brosur dan foto Mozabags tempat penulis melakukan penelitian yaitu Mozabags.

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain oleh subjek. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.

Dengan metode ini, peneliti merupakan data dari dokumen yang sudah ada, sehingga penulis dapat memperoleh catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian. Metode dokumentasi ini dilakukan untuk mendapatkan data-data yang belum didapatkan melalui metode observasi dan wawancara.

## 2. Riset Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur, buku-buku dan referensi-referensi lain serta jurnal-jurnal penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang ada sebagai bahan masukan penelitian dalam melakukan penulisan laporan akhir ini.

### **1.5.4 Teknik Analisis Data**

Adapun metode penelitian yang akan digunakan penulis untuk menganalisis dan yang diperoleh dari Mozabags menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang menganalisis data-data yang tidak berbentuk angka tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian yang berupa keterangan. Metode analisa yang dipakai adalah analisa deskriptif. Analisis deskriptif yaitu analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data mengenai strategi promosi untuk mencapai target penjualan pada Mozabags.

Data kualitatif berbentuk deskriptif menurut Nazir (2016), adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu system pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau

lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Sedangkan menurut Sugiyono (2013), data kualitatif berbentuk deskriptif merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat post positivism, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Adapun model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari suatu penelitian yang telah dilakukan di Moza Bags. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data deskriptif kualitatif, sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan tentang gambaran aktivitas usaha yang ada di Moza Bags tersebut melalui wawancara dan observasi langsung di lapangan.
- b. Mengidentifikasi masalah yang ada serta menganalisis secara mendalam.
- c. Memberikan rekomendasi atas strategi atau bauran promosi yang telah ditentukan yang cocok untuk diterapkan pada Moza Bags tersebut terutama terkait dengan sistem promosi.