

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini, negara-negara maju maupun berkembang mempunyai perencanaan tersendiri dalam meningkatkan pembangunan negaranya masing-masing. Begitu juga dengan negara kita Indonesia yang termasuk negara berkembang, beragam persaingan dunia yang semakin ketat di segala bidang termasuk juga bidang kuliner.

Beragam macam usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal menjaring konsumen secara kompetitif, baik secara fair atau saling menjatuhkan satu sama lain karena memang pada prinsipnya suatu perusahaan didirikan dengan tujuan yang sama yaitu ingin memperoleh profit maksimal. Setiap perusahaan diharapkan dapat bersaing secara baik dan adil dalam memasarkan produknya ke konsumen. Inilah peranan pemasaran dibutuhkan, bagaimana cara perusahaan agar dapat bersaing secara baik dan mampu mempertahankan produknya, setiap perusahaan berusaha untuk mempertahankan kelangsungan usahanya untuk berkembang serta memperoleh profit.

Inovasi yang baru dari produk merupakan daya tarik bagi konsumen terhadap keputusan pembeliannya. Semakin banyak perubahan yang membuka usaha semakin banyak pula persaingan yang timbul. Peran penjualan terhadap keberhasilan suatu bisnis sangat diperlukan dan keadaan pasar atau konsumen harus diperhatikan jika perusahaan tersebut menginginkan perusahaannya tetap berkembang.

Konsumen melakukan suatu pembelian tidak dapat dilihat dari produknya saja tetapi juga harga suatu produk itu tersebut. Persaingan timbul karena adanya perusahaan lain yang menawarkan produk dengan harga yang lebih murah. Dalam perkembangan selanjutnya, perusahaan memerlukan strategi yang tepat, yang dapat mempertahankan posisi perusahaan, dalam hal ini promosi adalah salah satu strategi dari bauran

pemasaran (*marketing mix*) yang berperan penting bagi perusahaan untuk dapat menarik konsumen atau pelanggan sebanyak mungkin. Salah satu tujuan perusahaan dapat tercapai yaitu profit penjualan akan meningkat. Disamping itu, perusahaan tidak dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dalam penjualan produknya, jika tidak disertai dengan promosi yang tepat. Maka dari itu, perusahaan harus mengetahui alat promosi apa yang paling tepat digunakan dari 5 unsur bauran promosi (Kotler dan Amstrong, 2012 : 432), yaitu Advertising (*periklanan*), Sales Promotion (*promosi penjualan*), Personal Selling (*penjualan perseorangan*), Public Relations (*hubungan masyarakat*), Direct Marketing (*penjualan langsung*). Agar biaya promosi yang dikeluarkan menjadi efektif dan efisien. Bauran promosi (*Promotion Mix*) yang digunakan oleh setiap perusahaan tidak sama, hal ini tergantung dari kondisi perusahaan.

Rumah Makan Sinar Minang 1 Palembang yang sudah berdiri pada tahun 2007 saat ini termasuk rumah makan yang sedang berkembang yang berlokasi di Griya Talang Kelapa Palembang. Rumah Sinar Minang 1 ini juga memiliki 3 cabang. Rumah makan Sinar Minang 1 Palembang dalam memasarkan produknya, hanya mengandalkan papan nama, selain itu rumah makan ini melakukan promosi melalui mulut ke mulut (*mouth to mouth*) dengan cara memberitahu orang lain yang sudah membeli makanan pada rumah makan tersebut, selain itu rumah makan ini juga tetap harus menjaga kualitas rasa agar konsumen tetap berlangganan untuk membeli makanan di rumah makan Sinar Minang 1 Palembang.

Pada strategi promosi, rumah makan Sinar Minang 1 Palembang menggunakan papan nama dan promosi yang dilakukan secara langsung dari mulut ke mulut. pada Rumah Makan Sinar Minang 1 mempunyai target penjualan yaitu sebesar Rp.150.000.000 tetapi di setiap tahun nya tidak mencapai target tersebut dikarenakan kurangnya akan kegiatan promosi yang di terapkan di usaha rumah makan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Rumah Makan Sinar Minang 1 Palembang, salah satu faktor penyebab menurunnya penjualan

adalah periklanan. Dimana usaha ini tidak menggunakan media periklanan ditambah lagi produk pesaing sendiri lebih diminati oleh para konsumen karena harga yang lebih terjangkau.

Oleh karena itu untuk mencegah terjadinya penurunan penjualan secara terus menerus maka usaha Rumah Makan Sinar Minang 1 perlu melakukan strategi yang tepat khususnya dalam menetapkan strategi promosi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan tentunya dapat mencapai target penjualan yang diharapkan oleh perusahaan

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penulisan laporan akhir yaitu **“Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Rumah Makan Sinar Minang 1 Palembang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan yang dapat disimpulkan yaitu ‘bagaimanakah strategi promosi yang diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan pada Rumah Makan Sinar Minang 1 Palembang

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas yaitu mengenai “Strategi Promosi dalam Meningkatkan volume Penjualan Pada Rumah Makan Sinar Minang 1 Palembang”.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1.4.1 Tujuan Penulisan**

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini yaitu, untuk mengetahui bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada Rumah Makan Sinar Minang 1 Palembang.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Penulisan laporan akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terlibat sebagai berikut:

1. Bagi penulis  
menambah wawasan dan pengetahuan mengenai perancangan produksi yang tepat bagi perusahaan. Penelitian ini diharapkan menjadi sarana informasi dan menambah wawasan pengetahuan tentang bagaimana strategi promosi yang baik.
2. Bagi Perusahaan  
Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bagi pihak rumah makan dalam meningkatkan volume penjualan pada rumah makan Sinar Minang 1 Palembang
3. Bagi Pembaca  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai sumber referensi bagi para pembaca dalam melakukan penelitian lebih lanjut

## **1.5 METODELOGI PENELITIAN**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Sinar Minang 1 Palembang yang beralamat di Jalan Griya Talang Kelapa Palembang

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

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini yaitu:

#### **1. Data Primer**

Menurut Kuncoro (2003:127) Data primer biasanya diperoleh dengan mensurvei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Dalam hal ini data yang diperoleh oleh penulis yaitu melalui wawancara langsung dengan pemilik Usaha Rumah Makan Sinar Minang 1 Palembang

#### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam publikasi. Seperti sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi di Rumah Makan Sinar Minang 1 Palembang

### **1.5.3 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penulisan proposal ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

#### **1. Riset Lapangan**

Disini Penulis melakukan wawancara langsung dengan manajer untuk mengetahui proses promosi seperti data-data tentang promosi, struktur organisasi, pembagian tugas di rumah makan Sinar Minang 1 Palembang

#### **2. Riset Kepustakaan**

Pada metode ini penulis mengumpulkan data dengan cara membaca, mempelajari dan memahami teori-teori yang ada di buku-buku dan bahan bacaan lainnya yang berhubungan dengan masalah yang sedang dibahas dalam Laporan Akhir.

#### **1.5.4 Analisis Data**

Pada penulisan laporan akhir ini, penulis menggunakan metode analisis sebagai berikut:

Menurut Sugiyono (2016:9) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*.

Menurut Moleong (2014:6) Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.