

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Setiap perusahaan, baik yang bergerak dibidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi promosi yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan.

Promosi merupakan salah satu dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang berperan penting untuk menarik minat konsumen atau pelanggan sebanyak mungkin. Maka dari itu perusahaan harus mengetahui alat promosi yang tepat. Bauran promosi (*promotion mix*) memiliki 5 unsur bauran yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan perseorangan (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan langsung (*direct marketing*) (Kotler dan Amstrong, 2012: 432).

Usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha yang dilakukan oleh individu, kelompok atau badan usaha yang kecil, maupun rumah tangga. UMKM Memiliki peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia yaitu untuk perluasan kesempatan kerja dan ketenagakerjaan. Akan tetapi semenjak Pandemi Covid-19 melanda, UMKM khususnya dibidang kuliner mengalami permasalahan. Dimana terjadi penurunan dalam tingkat penjualan dikarenakan upaya untuk memutuskan rantai penularan virus covid-19. Oleh karena itu, dibutuhkannya penyelesaian terhadap masalah ini yang bertujuan untuk membantu dalam meningkatkan volume penjualan. Mempromosikan sebuah bisnis merupakan cara terbaik untuk menarik para pelanggan. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini adalah meningkatkan popularitas bisnis dan menghasilkan peningkatan

jumlah penjualan secara efektif melalui inovasi yang jarang diterapkan pada Resto Rumahkita.Nyantai.

Resto Rumahkita.Nyantai merupakan salah satu bisnis yang bergerak dibidang kuliner yang bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Menurut pemilik Resto Rumahkita.Nyantai mengatakan bahwa beberapa bulan terakhir keuntungan yang diperoleh menurun. Tujuan promosi adalah untuk mendidik para pelanggan yang kita perkenalkan kepada produk yang kita pasarkan yang menggunakan konsep inovasi baru.

Tabel 1.1
Data Penjualan Resto Rumahkita.Nyantai Tanjung Enim

No.	Tahun Penjualan	Jumlah Penjualan
1	2016	Rp 900.000.000
2	2017	Rp 972.000.000
3	2018	Rp 540.000.000
4	2019	Rp 252.000.000
5	2020	Rp 360.000.000
6	2021	Rp 450.000.000

Sumber: Data yang dikelola oleh Resto Rumahkita.Nyantai 2022

Berdasarkan dari data yang didapat dari 6 tahun terakhir (2016-2021), menunjukkan penjualan yang didapat dari Resto Rumahkita.Nyantai tahun 2016 sebanyak Rp 900.000.000, tahun 2017 telah terjadi peningkatan penjualan sebanyak Rp 972.000.000, tahun 2018 sebanyak Rp 540.000.000, terjadi penurunan volume penjualan sebanyak 432.000.000 yang hampir setengah dari penjualan tahun lalu. Dan tahun 2019 mengalami penurunan lagi penjualan yang didapat hanya mencapai Rp 252.000.000. tahun 2020 cukup mengalami kenaikan penjualan sebanyak Rp 360.000.000, dan tahun 2021 sebanyak Rp 450.000.000.

Penjualan terus-menerus mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal ini tentu perlu mendapatkan perhatian dari perusahaan tersebut. Dalam

berbisnis tidak selamanya akan mengalami kenaikan dalam penjualan, pasti juga akan mengalami penurunan. Terjadinya penurunan disebabkan adanya persaingan yang ketat dari berbagai pelaku bisnis. Dengan terjadinya penurunan maka sebaiknya perusahaan menemukan strategi yang dapat meningkatkan volume penjualan seperti menentukan strategi promosi yang khusus.

Dengan memiliki kendala dalam hal peningkatan volume penjualan, dimana peningkatan penjualannya dari tahun ke tahun mengalami penurunan yang cukup signifikan. Menurut Kotler (2011) volume penjualan adalah ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.

Berdasarkan dari permasalahan di atas, maka peneliti mengambil judul **“Peran Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Resto Rumahkita.Nyantai Tanjung Enim.”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah strategi promosi yang dilakukan oleh Resto Rumahkita.Nyantai dapat berperan dalam meningkatkan volume penjualan?
2. Bagaimana implementasi indikator strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan?

1.4 Ruang Lingkup Pembahasan

Adapun ruang lingkup pembahasan agar lebih terarah dan tidak terjadinya penyimpangan dari pokok permasalahan yang ada yaitu peran strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada Resto Rumahkita.Nyantai Tanjung Enim.

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi apa yang paling berperan yang digunakan oleh Resto RumahKita.Nyantai dalam meningkatkan volume penjualan.

1.5.2 Manfaat

Adapun manfaat yang didapat dalam pembuatan Laporan Akhir ini adalah:

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan dalam penerapan ilmu teori-teori pemasaran yang terkhusus dalam strategi promosi untuk memperoleh gambaran secara langsung tentang pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Resto RumahKita.Nyantai.

b. Bagi Resto RumahKita.Nyantai

Membantu Resto RumahKita.Nyantai lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi strategi promosi untuk mencapai keberhasilan potensi yang dimiliki dalam meningkatkan penjualan.

c. Bagi Pembaca

Sebagai informasi dan referensi tambahan bagi pembaca. Serta dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi peneliti dalam melakukan penelitian dalam bidang yang sama.

1.6 METODOLOGI PENELITIAN

1.6.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode campuran (*mix method*) dengan menggunakan wawancara, kuesioner, riset kepustakaan, dan teknik analisis data. Metode penelitian campuran merupakan metode penelitian yang mengkombinasikan antara dua metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian sehingga diperoleh data yang lebih objektif.

1.6.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Resto Rumahkita.Nyantai yang berlokasi di jl. Margo Mulyo RT 3B Tegal Rejo Tanjung Enim, Kec. Lawang Kidul, Kab. Muara Enim, Sumatera Selatan 31713.

1.6.3 Jenis dan sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:219), data Primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung oleh penulis dari hasil wawancara kepada Owner Resto Rumahkita.Nyantai.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:219), data Sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini, penulis mendapatkan data sekunder dari media perantara seperti buku-buku literatur, atau langsung dari website perusahaan.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018:455) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan laporan ini yaitu:

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dari tempat menjadi objek penelitian, data yang digunakan yaitu:

1. Wawancara

Menurut dan Sugiyono (2019:304) wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya

jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Penulis melakukan tanya jawab lisan secara langsung beberapa pihak untuk mendapatkan informasi yang relevan dan akurat.

2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu atau suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Teknik Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang mendukung penelitian, atau sebagai pelengkap penelitian seperti data jumlah karyawan, sarana dan prasarana serta fasilitas yang relevan dengan penelitian.

3. Kuesioner (angket)

Menurut Sugiyono (2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data primer. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen/pengunjung yang datang pada pengambilan data atau konsumen yang pernah datang di Resto Rumahkita.Nyantai untuk mengukur persepsi responden digunakan skala Likert (Rangkuti, 1997).

4. Studi Kepustakaan

Studi Pustaka (*Literature Studi*) Menurut Sugiyono (2018), Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi social yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur Ilmiah. Teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang

dilakukan dengan mempelajari berbagai literatur/buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam metode ini penulis mempelajari dan menggunakan literatur/buku sebagai suatu referensi informasi yang diperlukan.

1.6.5 Populas dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditempatkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Resto Rumahkita.Nyantai.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai 500 (Sugiyono, 2019), sedangkan menurut Suharsimi (2012:122) apabila jumlah populasi kurang dari 100, maka lebih baik seluruh populasi dijadikan sampel. Penelitian ini dalam menentukan sampel termasuk dalam nonprobability dengan menggunakan Teknik Simple Random Sampling, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Jadi sampel diperoleh dari para konsumen Resto Rumahkita.Nyantai.

c. Teknik pengambilan sampel

Dalam menghitung sampel, penulis menggunakan rumus Cochran menurut Sugiyono (2019), Populasi konsumen dihitung jumlah dalam satu bulan rumus tersebut yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Simpangan 5% dalam kurve dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50%

q = Peluang salah 50%

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) biasanya 0.1%

Untuk menghitung jumlah sampel yang akan digunakan untuk mengisi kuesioner yang berbentuk angket, maka dapat dihitung dengan metode Cochran, yaitu:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Jadi jumlah sampel penelitian yang akan diambil adalah sebanyak 96 orang.

1.6.6 Analisis data

Adapun analisis data yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah menggunakan Analisis Data Kualitatif dan Kuantitatif.

1. Data kualitatif

Menurut Yusi dan Idris (2016:108), data kualitatif adalah data yang tidak dapat di ukur dengan numerik. Namun karena dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar formulasi statistik dapat dipergunakan. Caranya adalah dengan mengklasifikasikannya dalam bentuk kategori yang digolongkan menjadi data nominal dan data ordional.

Suatu metode yang menggambarkan sifat dari suatu objek tertentu berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, diklasifikasikan dan dianalisis sedemikian rupa, sehingga kesimpulan yang diambil mendekati kenyataan yang ada pada Resto Rumahkita.Nyantai.

2. Data kuantitatif

Metode kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan rumus yang digunakan sebagai dasar menghitung jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan. Data yang telah dikumpulkan kemudian diproses dan dianalisis. Analisis data dilakukan baik secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan cara mendeskripsikan responden. Yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel-tabel, sehingga analisis kualitatif dilakukan dengan menggunakan presentase, karena metode ini digunakan penulis untuk menghitung jawaban dari responden dengan menggunakan rumus menurut Riduwan dan Akdon (2013) yaitu:

$$\text{Interpretasi Skor} = \frac{\text{Total Skor yang didapat}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$$

Keterangan:

Total Skor yang didapat = jawaban responden x skor nilai (1-5)

Skor Maksimal = skor terbesar x sampel (n)

Penulis mengumpulkan dan memperoleh data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian dari setiap pertanyaan berdasarkan skala likert. Skala Likert menurut Sugiyono (2019) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item insture yang dapat berupa pernyataan-pernyataan. Jawaban dari setiap pernyataan dikategorikan menjadi.

Skala 1 = Sangat tidak setuju diberikan skor 1

Skala 2 = Tidak setuju diberikan skor 2

Skala 3 = Ragu-ragu diberikan skor 3

Skala 4 = Setuju diberikan skor 4

Skala 5 = Sangat setuju diberikan skor 5

Selanjutnya dari hasil yang telah dihitung dengan menggunakan rumus dan skala likert diatas. Maka hasil yang diperoleh dapat dilihat melalu tabel keterangan kriteria interpretasi skor.

Tabel 1.2
Keterangan Kriteria Interpretasi Skor

Bobot	Keterangan
0% - 20%	Tidak Baik
21% - 40%	Kurang Baik
41% - 60%	Cukup Baik
61% - 80%	Baik
81% - 100%	Sangat Baik

Sumber: Data buku sugiyono, 2019

Berdasarkan keterangan dari kriteria interpretasi skor (IS) diatas, dapat dijelaskan bahwa kriteria interpretasi skor mempunyai bobot penilaian dan yang telah di tentukan untuk menentukan dan mengukur tingkatan hasil yang didapat.