

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pertumbuhan usaha kuliner semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan gaya hidup masyarakat, pola pekerjaan, serta peningkatan penghasilan masyarakat, terutama pada masyarakat perkotaan. Salah satu bentuk usaha kuliner adalah rumah makan. Rumah makan menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat di kota Palembang dalam beberapa tahun terakhir ini, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap rumah makan dituntut perubahan, seperti; perubahan cara pikir, termasuk dalam pemasaran, dimana sebelumnya pemasar hanya mengejar target penjualan, namun sekarang lebih kepada menarik pelanggan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Beragam usaha dilakukan antar perusahaan dalam menjangkau konsumen secara kompetitif baik secara sehat maupun persaingan yang secara terang-terangan saling menjatuhkan antar perusahaan-perusahaan pesaingnya. Memang pada prinsipnya perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba yang maksimal mungkin demi kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Akan tetapi, tetap saja dalam situasi seperti ini perusahaan diharapkan dapat berkompetisi secara baik dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Maka disinilah peranan pemasaran dibutuhkan, bagaimana cara perusahaan agar dapat bersaing dan juga mampu mempertahankan produknya dipasaran.

Pada dasarnya kegiatan pemasaran bertitik tolak dari adanya kebutuhan manusia. Salah satu dari kegiatan pemasaran yaitu kegiatan promosi. Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi

setiap perusahaan harus menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan. Perusahaan yang melakukan kegiatan promosi dapat memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas, oleh karena itu promosi harus dibuat secara kreatif dan lebih menarik, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat dan kemudian mereka tertarik untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Komunikasi pemasaran adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran yang menentukan suksesnya sebuah pemasaran. Komunikasi pemasaran bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi khalayak untuk melakukan pembelian dengan segera, serta mengingatkan masyarakat untuk melakukan pembelian kembali (Shimp, 2003: 4). Salah satu bentuk komunikasi pemasaran adalah promosi penjualan. Promosi penjualan yaitu bentuk persuasi langsung menggunakan alat-alat promosi yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian dengan segera (Tjiptono, 2008: 230).

Menurut Lupiyadi (2013:178), Promosi penjualan merupakan salah satu variabel dalam pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya dan kegiatan promosi ini berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan dokumen dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen untuk melakukan transaksi.

Strategi promosi yang digunakan Rumah Makan Pondok Pindang Umak salah satunya adalah dengan cara memanfaatkan media sosial berupa *WhatsApp*, dan *Instagram*. Aplikasi media sosial tersebut dengan cara mengunggah foto-foto makanan yang ditawarkan, jenis-jenis makanan yang dijual dan suasana atau keadaan kedainya, tujuannya untuk menarik konsumen atau calon penikmat pindang untuk membeli produk makanan yang di jual Rumah Makan Pondok Pindang Umak sehingga usahanya lebih dikenal dikalangan masyarakat dalam hingga luar daerah di berbagai kota Palembang. Selain itu Rumah Makan Pondok Pindang Umak juga menggunakan promosi dari mulut ke mulut dengan cara pembeli atau konsumen yang telah mencoba atau membeli di Rumah Makan Pondok

Pindang Umak akan memberikan rekomendasi ataupun penilaian sehingga konsumen atau calon pembeli tertarik dari informasi tersebut.

Palembang merupakan kota penghasil bisnis kuliner yang dikenal dengan berbagai jenis makanan khas Palembang, dari sekian banyak jenis makanan yang terkenal di Palembang Rumah Makan Pondok Pindang Umak adalah salah satu bisnis kuliner yang banyak disukai oleh masyarakat kota Palembang dan wisatawan dari berbagai daerah dan kota besar Indonesia. Rumah Makan Pondok Pindang Umak lokasinya di jalan Kolonel H. Burlin KM.10, Karya Baru, Alang-alang Lebar, Kecamatan Alang-alang Lebar, Kota Palembang. Rumah Makan Pondok Pindang Umak ini pertama kali di buat oleh Islamiah merupakan produk olahan pindang khas Komering seperti pindang patin, pindang gabus, pindang baung, pindang udang dan masih banyak lagi menu lainnya yang tersedia. Menu yang di tawarkan mulai dari Rp 31.250,- sampai Rp75.000 per porsi dan minuman mulai dari harga Rp 8.750,- sampai dengan Rp 31.250 per porsi.

Adapun data pendapatan pada Rumah Makan Pondok Pindang Umak selama 5 tahun sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Rumah Makan Pondok Pindang Umak**  
**Km 10 Tahun 2018-2022**

<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Pendapatan</b>	<b>Persentase</b>
1.	2018	Rp 12.600.000.000	-
2.	2019	Rp 12.700.000.000	7,93%
3.	2020	Rp 12.768.000.000	5,35%
4.	2021	Rp 10.720.000.000	-8,34%
5.	2022	Rp 11.760.000.000	9,70%

Sumber: Rumah Makan Pondok Pindang Umak, 2018-2022

Diketahui pendapatan penjualan pada tahun 2018 sampai 2022 mengalami kenaikan tetapi pada tahun 2020 terjadi penurunan pendapatan dikarenakan pandemic *Covid-19* dan faktor kurangnya promosi melalui media sosial. Berdasarkan wawancara bagian marketing pada saat sebelum pandemi *Covid-19* promosi yang dilakukan oleh Rumah Makan Pondok Pindang Umak yaitu masih menggunakan media promosi dari mulut ke mulut dan media sosial *WhatsApp* hingga saat ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diketahui bahwa kegiatan promosi penjualan dalam pemasaran serta pengembangan usaha memiliki peranan penting bagi pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Laporan akhir dengan mengambil judul **“Tinjauan Promosi Penjualan Pada Rumah Makan Pondok Pindang Umak Km 10 Palembang”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan dibahas adalah Bagaimana Promosi Penjualan Pada Rumah Makan Pondok Pindang Umak Km 10 Palembang?

## **1.3. Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar pembahasan laporan akhir ini dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dan pokok permasalahan yang ada, maka penullis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu tentang media promosi.

## **1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penulisan laporan akhir ini yaitu untuk mengetahui bagaimana media promosi pada Rumah Makan Pondok Pindang Umak Km 10 Palembang.

### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi menjadi wawasan, menambah informasi dan pengetahuan tentang pengetahuan bidang pemasaran kegiatan penjualan yang baik dalam bisnis.

#### 2. Bagi Perusahaan

Memberikan saran/masukan dan pertimbangan dalam meningkatkan penjualan pada Rumah Makan Pondok Pindang Umak Km 10 Palembang.

#### 3. Bagi Pihak lain

Sebagai bacaan dan referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Tinjauan Promosi Penjualan selanjutnya

## **1.5. Metodologi Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian maka metode penelitian ini bersifat deskriptif yang berusaha menggambarkan bagaimana tinjauan penjualan, maka jenis penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah jenis penelitian kualitatif. Instrumen dari penelitian kualitatif adalah penulis itu sendiri, sehingga penulis harus memiliki bekal teori dan wawasan luas, sehingga dapat bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi social yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna. Menurut Yusi dan Idris (2016) Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik (angka). Berbagai metode penelitian naturalistik dalam kehidupan sosial. Data atau informasi yang berupa teks hasil wawancara, catatan lapangan, dokumen, bahan-bahan yang berisifat visual seperti *arifacts*, foto-foto, video, data dari internet, dokumen pengalaman hidup manusia dianalisis secara kualitatif (nonkuantitatif).

### **1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam laporan akhir ini penulis melakukan penelitian pada Rumah Makan Pondok Pindang Umak Palembang, yang beralamat di Jalan Kolonel

H. Burlin KM.10, Karya Baru, Alang-alang Lebar, Kecamatan Alang-alang Lebar, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu peninjauan kegiatan penjualan Pada Rumah Makan Pondok Pindang Umak Palembang.

### **1.5.2. Jenis Dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah jenis data kualitatif:

Jenis data Kualitatif menurut Yusi dan Idris (2016) sebagai berikut:

#### **1. Kualitatif**

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik (angka). Data ini dapat diamati dan di catat yang menghasilkan informasi seperti observasi dan wawancara.

Adapun Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 (dua) yaitu:

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

Data primer menurut Yusi dan Idris (2016) “adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya”. Penulis secara memperoleh dan mengumpulkan data untuk penyusunan laporan akhir secara langsung dengan melakukan wawancara langsung kepada pemilik usaha Rumah Makan Pondok Pindang Umak Cabang Km10 Palembang. Penulis mendapatkan data tersebut dengan mengunjungi Rumah Makan Pondok Pindang Umak Cabang Km10 Palembang.

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

Data sekunder menurut Yusi dan Idris (2016) “adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi”. Pada penelitian ini data skunder yang didapat peneliti dari pihak usaha adalah sejarah perusahaan, struktur organisasi Rumah Makan Pondok Pindang Umak

Km 10 Palembang, dan data yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas pada laporan ini.

### **1.5.3. Metode Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data-data dan informasi yang dibutuhkan yaitu:

#### **1. Studi Lapangan**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam studi lapangan ini adalah, yaitu penulis melaksanakan wawancara. Menurut Yusi dan Idris (2016:114) “Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden”. Penulis menggunakan teknik wawancara langsung yaitu dengan melakukan tanya jawab untuk mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan dengan pemilik Rumah Makan Pondok Pindang Umak Km 10 Palembang.

#### **2. Studi Kepustakaan (Library Research)**

Studi kepustakaan ini dilakukan penulis dengan cara mencari informasi dari berbagai sumber yang berhubungan dengan permasalahan di bidang pemasaran dan penjualan.

### **1.5.4. Analisis Data**

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu penelitian akan mendiskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana promosi penjualan pada Rumah Makan Pondok Pindang Umak Km 10 Palembang. Penulis menggunakan daftar pertanyaan berbentuk wawancara pada pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis bahas dalam laporan ini.

Adapun tahap-tahap pengolahan data secara deskriptif kualitatif yaitu sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, factual dan akurat mengenai faktor-faktor yang tampak atau sebagaimana adanya,
2. Menganalisa data yang diperoleh, dianalisa dengan mengacu pada teori-teori manajemen pemasaran yang berhubungan dengan promosi penjualan.
3. Menggunakan uraian-uraian dengan referensi baik berupa literature-literatur, buku, dan teori yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dihadapi Rumah Makan Pondok Pindang Umak Km 10 Palembang, sehingga dapat diambil suatu kesimpulan yang dapat dijadikan bahan untuk menjawab permasalahan yang ada.