

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Indonesia merupakan salah satu Negara yang berkembang dengan pengaruh teknologi yang cukup besar. Saat ini teknologi menjadi peran utama bagi masyarakat dengan tujuan membangun bangsa, karena tanpa adanya perkembangan teknologi maka perubahan zaman tidak akan secepat dan secanggih sekarang. Terlepas dari pesatnya evolusi teknologi, dampak positif maupun negatif di lingkungan pun tidak bisa dihindarkan. Tidak hanya berdampak ke sektor komunikasi, namun juga terasa hingga sektor pendidikan, manufaktur, kesehatan, sistem pertahanan, maupun bisnis. Beberapa fungsi teknologi dalam dunia bisnis adalah munculnya peluang bisnis baru (*E-business*), mengurangi biaya produksi dan operasional, mempermudah proses komunikasi dan monitoring setiap karyawan, akses informasi dan penyebaran informasi, dan komunikasi yang cepat.

Teknik pemasaran bisa dikatakan sebagai kunci keberhasilan dari penjualan produk. Teknik pemasaran yang baik didukung oleh strategi pemasaran yang efektif. Dengan strategi tersebut, proses marketing dapat dipertahankan, bahkan cara baru dalam memasarkan produk juga bisa kita temukan dan membuat pelanggan semakin loyal. Strategi pemasaran yang jelas harus berkisar pada proposisi nilai perusahaan, yang bisa menyampaikan kepada konsumen tentang untuk apa perusahaan itu berdiri, bagaimana cara perusahaan itu beroperasi, dan mengapa itu layak untuk bisnis mereka, ini akan memberi tim pemasaran template yang harus menginformasikan inisiatif mereka di semua jajaran produk dan layanan perusahaan. Strategi pemasaran yang menyeluruh mencakup “empat P” menurut Kotler & Keller, (2012:25) terdiri dari : *Product* atau produk, *Price* atau harga, *place* atau tempat, dan *promotion* atau promosi

Dalam dunia bisnis, promosi sangat penting dilakukan karena ini adalah sebuah strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk

menginformasikan serta mempengaruhi target konsumen agar mau membeli produk yang dijual. Promosi perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan dikarenakan tanpa adanya promosi maka sebuah perusahaan tidak akan berjalan dengan baik dan calon pembeli tidak akan mengenal produk yang dijual. Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran, strategi promosi ditentukan oleh rencana dan taktik dalam marketing plan untuk meningkatkan suatu permintaan produk atau layanan.

Dengan adanya promosi ini adalah untuk mencegah penurunan jumlah konsumen serta jatuhnya daya saing produk bisnis di pasaran. adanya segmentasi pasar, sebuah perusahaan mampu melakukan evaluasi terhadap semua aktivitas pemasaran sebelumnya. Hal itu tentunya bisa membantu perusahaan supaya mampu mengetahui taktik pemasaran yang sinkron menggunakan ciri pasar supaya mampu sebagai acuan waktu akan menciptakan perencanaan usaha kedepannya. Dan target pasar berfungsi sebagai strategi yang membagi pasaran menjadi segmen yang lebih kecil, bertujuan untuk berkonsentrasi pada kelompok pelanggan tertentu dalam audiens tersebut. Dalam melakukan kegiatan promosi, salah satu indikator yang paling penting dan harus dijalankan oleh suatu perusahaan guna menarik calon pembeli baru yaitu dengan melakukan promosi penjualan. Promosi penjualan yang efektif dapat meningkatkan penjualan suatu perusahaan sehingga perputaran modal akan lebih cepat dijalankan.

Salah satu pelaku usaha yang cukup terbantu dengan adanya promosi penjualan adalah Rumah Makan Sederhana. Rumah Makan Sederhana adalah perusahaan waralaba Indonesia yang bergerak di bidang jasa boga atau makanan dengan ciri khas masakan Padang. Restoran Sederhana berawal pada tahun 1972 dari sebuah rumah makan Padang kecil milik Bustaman di Pasar Bendungan Hilir, Jakarta. Rumah makan ini salah satunya berlokasi di Jalan Merdeka, Jalan Demang Lebar Daun, Jalan Raya Palembang, Jalan MP. Mangkunegara, Jalan Jenderal Basuki Rachmat, dan masih banyak lagi. Rumah Makan Sederhana terbagi menjadi 2 yaitu Rumah Makan Sederhana & Rumah Makan Sederhana Lintau. Rumah Makan Sederhana menyadari akan

pentingnya melakukan promosi. Rumah Makan Sederhana di Jalan Merdeka Kota Palembang memasarkan produk-produk yang dijual dengan memanfaatkan aplikasi ojek online dan shopee dengan fitur memesan makanan secara online melalui aplikasi, memanfaatkan sosial media seperti instagram untuk mempromosikan makanan yang dijual, dan mengadakan promo makanan setiap bulannya. Tentu saja terdapat kelemahan dan kekurangan dalam Rumah Makan Sederhana di Jalan Merdeka Kota Palembang dalam melakukan promosi. Kelebihannya yaitu lebih menghemat tenaga serta waktu, lebih bebas memilih tanpa perlu memikirkan antrian dan memperoleh aneka diskon dan potongan yang sudah disediakan oleh aplikasi itu sendiri. Serta kelemahannya adalah pesanan yang tidak sesuai baik dari segi porsi dan selera rasa dan juga dikenakan beban ongkos kirim. Mempromosikan makanan melalui sosial media juga memiliki kelebihan yaitu dapat digunakan secara gratis tanpa harus mengeluarkan biaya, efektif dalam menjalin hubungan dengan konsumen dan dapat dijangkau oleh banyak orang. Serta kelemahan dalam mempromosikan makanan melalui sosial media yaitu sebagai pemilik bisnis harus rajin memposting foto atau video makanan agar produk tetap dapat dilihat oleh para konsumen.

Dalam memasarkan produk yang dijual khususnya pada Rumah Makan Sederhana yang berada di Jalan Merdeka Kota Palembang perlu dilakukannya promosi penjualan untuk mempertahankan konsumen lama dan menarik konsumen baru agar mau membeli produk yang dijual. Salah satu cara yang dilakukan oleh Rumah Makan Sederhana yaitu dengan melakukan promosi penjualan di sosial media seperti melalui Instagram, Gojek, Grab dan Shopee serta secara rutin mengadakan diskon makanan setiap bulannya. Hal ini dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memberitahu kepada masyarakat luas tentang produk yang dijual sehingga konsumen mau dan dapat meningkatnya penjualan pada Rumah Makan Sederhana.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Tinjauan Promosi Penjualan pada Rumah Makan Sederhana di Jalan Merdeka Kota Palembang.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana promosi penjualan yang dilakukan pada Rumah Makan Sederhana di Jalan Merdeka Kota Palembang?

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun ruang lingkup ditetapkan agar pembahasan lebih terarah. Dalam penelitian ini adalah membahas tentang Instagram, ojek online, dan banner pada Rumah Makan Sederhana di Jalan Merdeka Kota Palembang

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana promosi yang dilakukan oleh Rumah Makan Sederhana di Jalan Merdeka kota Palembang

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Praktis**

#### a) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi penulis tentang promosi yang ada di Rumah Makan Sederhana di Jalan Merdeka Kota Palembang.

#### b) Bagi Rumah Makan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam menentukan kebijakan memilih promosi untuk melakukan pemasaran produk yang ditawarkan.

### **1.5.2 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan khususnya mengenai Tinjauan Promosi Penjualan Pada Rumah Makan Sederhana di Jalan Merdeka Kota Palembang.

## **1.6 Metodologi Penelitian**

### **1.6.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada usaha Rumah Makan Sederhana di Jalan Merdeka Kota Palembang.

### **1.6.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan penulis dalam laporan akhir ini adalah menggunakan data primer dan data sekunder

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

Menurut Sugiyono (2016:223), data primer merupakan data yang di dapat dan dikumpulkan serta diolah oleh pihak peneliti langsung dari objek penelitian. Dalam penulisan laporan akhir ini penulis melakukan pengambilan data melalui observasi dan wawancara dengan Manajer mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Makan Sederhana di Jalan Merdeka Kota Palembang. Dengan melakukan promosi, inovasi produk yang akan dijual, dan memberikan promo-promo produk di setiap bulannya..

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

Menurut Sugiyono (2016:225), data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer.

### **1.6.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan merupakan cara yang dipakai dalam mengumpulkan data-data yang diperoleh dalam rangka pengujian penelitian. Teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

## 1. Riset Lapangan (*Field Research*)

### a. Observasi

Menurut Sugiyono (2017:203), Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Dalam metode observasi ini, peneliti melakukan penelitian di lokasi selama 3 bulan yaitu dari bulan April s/d Juni 2022, yang di observasi dalam penelitian ini Promosi Penjualan apa saja yang dilakukan oleh Rumah Makan Sederhana.

### b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2017:194), Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan apabila peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah dari responden tersebut sedikit.

### c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono, (2018:476), Dokumentasi adalah 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.

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

Pada teknik ini, penulis menggunakan data teoritis dengan cara menelaah berbagai literatur, jurnal, penelitian terdahulu, bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

#### **1.6.4 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif, seperti wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi.

#### **1.6.5 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan membandingkan data dengan teori yang ada. Kemudian dibuat suatu penafsiran terhadap masalah yang terjadi. Teknik analisis data yang digunakan dalam laporan akhir ini adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu analisis yang bersifat menjelaskan dan menggambarkan tentang promosi penjualan pada Rumah Makan Sederhana di Jalan Merdeka Kota Palembang.