

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern sekarang ini perkembangan ekonomi akan berkembang semakin pesat tak terkecuali Indonesia. Indonesia sendiri merupakan negara berkembang yang memiliki banyak penduduk yang bersifat konsumtif diberbagai aspek. Dengan banyaknya penduduk yang dimiliki Indonesia menjadikannya pasar yang cukup potesial bagi berbagai jenis produk yang didukung dengan perkembangan zaman dan teknologi. Berkembangnya perekonomian membuat kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi suatu barang ataupun jasa dari perusahaan semakin meningkat. Perusahaan baik yang menghasilkan produk ataupun jasa yang berskala kecil maupun berskala besar dituntut mampu menciptakan strategi untuk mencapai tujuan tetap bertahan dan berkembang. Strategi yang baik akan dapat mendorong perusahaan mampu bersaing untuk mendapatkan konsumen.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, perusahaan dituntut agar dapat meningkatkan kualitas dan melakukan berbagai inovasi yang bertujuan agar konsumen tertarik kepada produk kita, tidak lain seperti sumber daya manusia, modal usaha serta mempunyai kemampuan dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Oleh sebab itu, pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan juga mengembangkan usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai yang ditargetkan oleh perusahaan. Tentu saja dalam kondisi seperti saat ini tidak menutup kemungkinan perusahaan yang ada saat ini akan bersaing ketat menjadi perusahaan yang unggul.

Persaingan yang semakin kompetitif mengharuskan pengusaha membuat strategi yang dapat mengembangkan dan mempertahankan perusahaan. Strategi untuk mendorong konsumen melakukan pembelian dengan memberikan suatu strategi pemasaran yang tepat dengan keadaan pasar yang akan dihadapi, sehingga perusahaan akan lebih baik dengan menggunakan bauran pemasaran antara lain adalah promosi.

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Perusahaan yang melakukan kegiatan promosi dapat memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas, oleh karena itu promosi harus dibuat lebih kreatif dan menarik sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

Salah satu bisnis yang mengalami persaingan cukup ketat adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner ini merupakan bisnis yang pangsa pasarnya tidak mengenal umur. Siapa saja membutuhkan dan sangat menikmati berbagai macam sajian kuliner yang kian menjamur, dan hal ini dapat dilihat dari makin banyaknya cafe, rumah makan, dan bahkan warung tenda bermunculan di berbagai tempat di kota Palembang baik yang berlokasi di dalam mall atau pusat perbelanjaan, di pinggir jalan raya maupun di daerah perumahan. Dengan makin maraknya persaingan antar usaha kuliner saat ini, menuntut para pemilik bisnis kuliner ini untuk selalu berinovasi dengan memberikan keunikan pada setiap produk, dan harga agar dapat mempertahankan eksistensinya.

Salah satu jenis usaha yang saat ini banyak digemari oleh para pengusaha yaitu usaha rumah makan. Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya.

Pertumbuhan bisnis rumah makan khususnya di kota Palembang, sungguh sangat signifikan kenaikan jumlahnya, begitu banyak orang membuka investasi rumah makan. Berbagai jenis variasi menu dan jenis etnik yang ditawarkan, aneka ragam interior design yang ditampilkan, hal ini yang sangat membanggakan perkembangan bisnis ini.

Adapun data pertumbuhan usaha rumah makan di kota Palembang sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Peningkatan Usaha Rumah Makan di Kota Palembang

Tahun	Jumlah Rumah Makan
2019	32
2020	32
2021	864

Sumber: <https://sumsel.bps.go.id>

Dapat dilihat dari data di atas menunjukkan peningkatan usaha bisnis di bidang kuliner khususnya rumah makan pertumbuhannya sangat signifikan. Semakin besarnya peluang pada bisnis rumah makan ini membuat terjadinya banyak persaingan ketat dalam meraih pangsa pasar.

Rumah Makan Ampera Sekato adalah salah satu Rumah Makan yang ada di kota Palembang. Rumah Makan ini telah berdiri 20 tahun yang lalu dengan ciri khas masakan padang dan terletak di jalan Angkatan 66.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Rumah Makan Ampera Sekato, didapatkan informasi bahwa untuk tetap menjaga kualitas masakan, pengelola Rumah Makan Ampera Sekato tetap mempertahankan keaslian rasa masakan minang dengan menggunakan resep masakan secara turun-temurun. Masakan Padang identik dengan bumbu yang pekat dan bumbu rempah-rempah yang komplit membuat cita rasa masakan padang yang pedas dan gurih.

Rumah Makan Ampera Sekato dalam mengembangkan usahanya dan memperkenalkan produknya pada konsumen agar dapat bersaing dengan kompetitor lain menggunakan salah satu strategi pemasarannya yaitu promosi. Promosi yang dilakukan rumah makan Ampera Sekato dengan cara mempromosikan melalui media sosial yang berupa Instagram. Pada Instagram dengan cara menggunggah desain template promosi makanan yang cantik dan menarik untuk di upload pada Instagram stories pribadi pemilik dan di bantu juga oleh rekan terdekat pemilik untuk upload di Instagram stories pribadi mereka. Tujuannya untuk menarik konsumen ataupun calon penikmat masakan padang untuk membeli produk makanan yang dijual di rumah makan Ampera Sekato sehingga membuat usahanya lebih dikenal dikalangan masyarakat luas. Adapun

bentuk promosi lain yaitu promosi melalui whatsapp dan promosi dari mulut ke mulut. Selain itu, rumah makan Ampera Sekato juga didukung oleh lokasi yang strategis, yang berada di pinggir jalan Angkatan 66 dan dekat dengan lokasi Pendidikan dan Perkantoran. Kegiatan promosi tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan pada rumah makan Ampera Sekato.

Adapun data hasil penjualan pada rumah makan Ampera Sekato sebagai berikut:

Tabel 1.2
Penjualan Rumah Makan Ampera Sekato

Tahun	Penjualan Per Tahun
2020	54.000 Porsi
2021	126.000 Porsi
2022	72.000 Porsi

Sumber: Rumah Makan Ampera Sekato, 2023

Data diatas merupakan data penjualan pada Rumah Makan Ampera Sekato pada 3 tahun terakhir ini. Dapat dilihat dari data di atas tahun 2020 dan 2021 mengalami peningkatan penjualan yang sangat signifikan. Kemudian pada tahun 2022 penjualan mengalami penurunan sebanyak 54.000 porsi. Naik dan turunnya penjualan terjadi karena kurangnya persiapan dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor sejenis khususnya kurangnya kegiatan promosi pada tahun 2022 hanya informasi dari mulut ke mulut saja.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti memilih judul “Penerapan Bauran Promosi Yang Digunakan Pada Rumah Makan Ampera Sekato Palembang”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Bentuk strategi promosi Yang Digunakan Pada Rumah Makan Ampera Sekato Palembang.”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penelitian dan penulisan laporan akhir ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian yang akan dibahas yaitu dalam bidang manajemen pemasaran khususnya strategi promosi.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan bauran promosi seperti apa yang digunakan pada Rumah Makan Ampera Sekato Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana informasi dan menambah wawasan pengetahuan tentang bagaimana strategi promosi yang baik.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan saran dalam menjalankan kegiatan bisnis terutama dalam bidang promosi.

c. Bagi Pembaca

Sebagai bahan bacaan dan referensi bagi pihak lain terutama yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian laporan akhir ini, penelitian dilakukan di usaha Rumah Makan Ampera Sekato Palembang yang bertempat di Jalan Angkatan 66 No. 925, Pipa Jaya, Kec. Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini yaitu:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:213), Data Primer adalah sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data. Data diperoleh secara langsung melalui wawancara yang dilakukan penulis kepada pihak internal (Pemilik Rumah Makan Ampera Sekato Palembang) untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam penulisan laporan akhir ini.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:213), data yang diberikan secara langsung kepada pengumpul data disebut data sekunder, biasanya dalam bentuk file dokumen atau melalui orang lain. Peneliti mendapatkan tambahan data melalui berbagai sumber, mulai dari buku, jurnal online, artikel, berita dan penelitian terdahulu sebagai penunjang data maupun pelengkap data.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan secara langsung yaitu dengan mendatangi pemilik Rumah Makan Ampera Sekato Palembang. Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam Menyusun laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

a. Riset Lapangan (field research)

Merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan ditempat yang menjadi objek yang akan diteliti dengan cara mendatangi langsung objek tersebut, dalam hal ini adalah Rumah Makan Ampera Sekato Palembang Jl. Angkatan 66 No. 925, Pipa Jaya, Kec. Kemuning, Kota Palembang. Adapun metode riset lapangan yang digunakan dengan cara:

1. Pengamatan (observation)

Menurut Sugiyono (2018:229), observasi merupakan Teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan Teknik yang lain. Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk

mengetahui kondisi yang sebenarnya di Rumah Makan Ampera Sekato Palembang.

2. Wawancara (interview)

Menurut Sugiyono (2018:114) wawancara adalah Teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung kepada pemilik Rumah Makan Ampera Sekato Palembang dengan mengajukan beberapa pertanyaan untuk mendapatkan informasi yang benar-benar penulis butuhkan.

b. 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 analisis yang digunakan penulis untuk menganalisa data yang diperoleh perusahaan adalah metode kualitatif deskriptif yaitu peneliti akan mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual akurat mengenai fakta-fakta sebagaimana adanya. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan oleh Rumah Makan Ampera Sekato Palembang. Penulis menggunakan data referensi baik literatur maupun buku-buku dan daftar pertanyaan berupa wawancara kepada pemilik toko mengenai permasalahan yang dibahas oleh penulis pada laporan ini sehingga dapat diambil suatu kesimpulan yang dapat dijadikan masukan.