

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan bisnis kuliner di Palembang semakin marak dan pesat sehingga persaingan dibidang kuliner semakin ketat pula, oleh karena itu konsumen semakin selektif dalam menentukan tempat kuliner pilihannya. Pengusaha kuliner dituntut untuk lebih memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya melalui harga kualitas makanannya. Pengusaha kuliner harus dapat mengetahui kebutuhan, keinginan dan selera dari konsumen sehingga konsumen dapat termotivasi untuk membeli menu makanan /kulinner tersebut. Konsumen akan rela untuk mengeluarkan uang lebih agar dapat menikmati makanan yang dapat memuaskannya walaupun harga yang ditawarkan cukup mahal. Padatnya aktivitas dizaman modern sekarang ini, menyebabkan kebanyakan orang tidak mempunyai waktu luang untuk membuat makanan/camilan sendiri dan lebih cenderung memilih makanan siap saji. Bisnis ini cukup menjanjikan bagi tiap pengusaha, karena sebagian kebutuhan seseorang adalah makanan. Di kota Palembang sendiri banyak pengusaha yang mengembangkan bisnis ini dan bersaing demi merebut kepercayaan dari konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan adalah produk yang terbaik.

Pentingnya bauran pemasaran didasari karena di dalamnya terdapat elemen - elemen yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan dalam menarik konsumen sebagai main *resource* laba perusahaan. Produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan saluran distribusi (*place*) merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pemasaran perusahaan yang memproduksi atau menjual produk yang berupa barang.

Promosi selalu berhubungan dengan bagaimana usaha perusahaan untuk memikat, menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan calon konsumen, baik mengenai produk maupun mengenai perusahaan itu sendiri. Promosi dianggap penting, karena sebaik apapun produk yang dimiliki perusahaan, apabila calon konsumen tidak mengetahui

produk tersebut, maka mereka tidak akan membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Artinya, perusahaan perlu berinteraksi dengan calon konsumen, supaya nantinya calon konsumen tersebut tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Adapun promosi yang digunakan Pempek Jimmy adalah melalui Papan nama, kartu nama, kemasan dan juga dari mulut ke mulut.

Bauran promosi yang tepat merupakan sesuatu yang diyakini manajemen akan sesuai dengan kebutuhan target pasar dan memenuhi tujuan organisasi secara keseluruhan, dan bauran promosi sendiri merupakan kombinasi dari alat promosi termasuk periklanan, hubungan masyarakat, promosi penjualan digunakan untuk mencapai pasar sasaran dan memenuhi tujuan organisasi secara keseluruhan, setiap konsumen

Pempek merupakan makanan khas Palembang dari segi produk, pempek merupakan makanan sehari-hari bagi masyarakat Palembang dan juga oleh-oleh wajib bagi para wisatawan yang datang ke Palembang. Dilihat dari segi harga, pempek dinilai memiliki nilai yang bervariasi karena semakin baik kualitas pempek, semakin besar ukuran pempek, maka akan semakin tinggi nilai pempek tersebut.

Salah satu usaha pempek yang ada di kota Palembang adalah Pempek Jimmy Devaten Palembang yang beralamatkan di Jalan Depaten Lama No.27, 27 Ilir, Kec. Ilir Barat II, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Pempek Jimmy bergerak dibidang penjualan pempek khas Sumatera Selatan yaitu pempek kecil, pempek kapal selam, pempek lenjer, pempek lenggang, pempek panggang, dan otak-otak. Produk yang dijual perusahaan kemudian diberikan nilai, harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang tidak boleh diabaikan, disinilah peran harga dibutuhkan sebagai sumber pendapatan perusahaan untuk lebih dikenal banyak orang, melainkan sebagai acuan bagi perusahaan untuk kembali meningkatkan dan menyebarluaskan jangkauan target pasar. Adapun Tabel data penjualan yang di berikan Pempek Jimmy Devaten Palembang adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan Pempek Jimmy Devaten Palembang
Pada Bulan Januari-Mei 2023

No	Bulan	Penjualan (Rp)
1	Januari	Rp 61.603.500
2	Febuari	Rp 30.218.000
3	Maret	Rp 56.430.500
4	April	Rp 85.306.000
5	Mei	Rp 99.711.000

Sumber : Pempek Jimmy Devaten Palembang, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat kita ketahui bahwa pendapatan pada Pempek Jimmy Devaten Palembang mengalami fluktuasi dimana pempek Jimmy Devaten mendapatkan penghasilan yang tidak tetap perbulannya. Dimana hal ini disebabkan oleh kurangnya minat konsumen dalam melakukan pembelian dikarenakan banyaknya persaingan.

Pempek Jimmy telah menerapkan promosi melalui media cetak dan media sosial, promosi yang dilakukan melalui media cetak seperti papan nama, kartu nama, nota, kemasan dan dari mulut ke mulut. Promosi melalui media sosial seperti *facebook* dan *instagram* namun belum optimal.

Promosi yang dilakukan oleh pempek Jimmy Devaten dengan menggunakan papan nama, itu sebagai identitas dari tempat usaha sehingga toko yang dikelola tidak hanya toko disebut sesuai ciri bentuk bangunan atau siapa pemilik toko tersebut, namun masyarakat tahu nama toko tersebut yang menyebutkannya dengan jelas. Melalui kemasan yaitu ketika ada orang yang memesan pempek untuk dibawa ke luar kota, itu pasti menggunakan kotak/kemasan. Melalui nota dan kemasannya tersebut Pempek Jimmy Devaten memberikan identitas mereka dan secara tidak langsung Pempek Jimmy Devaten melakukan promosi melalui konsumennya tersebut. Ketika konsumen pergi membawa kotak tersebut, orang akan melihat kemasannya secara tidak langsung. Melalui kartu nama yaitu agar orang bisa mengetahui perusahaan dan juga bisa memesan pempek untuk dibawa ke luar kota lewat telepon. Sebagaimana yang dilakukan pada Pempek Jimmy Devaten yang

menggunakan media promosi agar dapat berkembang dan menghadapi pesaing, dengan beberapa pesaing yang dimiliki Pempek Jimmy Devaten maka sangat penting peran bauran promosi dalam mempertahankan dan mengembangkan toko Pempek Jimmy Devaten tersebut.

Berdasarkan latar Belakang dan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul “ **Penerapan Bauran Promosi Pada Pempek Jimmy Devaten Palembang**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah di jelaskan sebelumnya, maka permasalahan yang dapat diajukan dalam penyusunan laporan ini adalah Bagaimana **Penerapan Bauran Promosi pada Pempek Jimmy Devaten Palembang?**

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan ini agar tidak menyimpang dalam penulisan, maka pembahasan dibatasi pada penerapan bauran promosi pada pempek jimmy devaten palembang

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan bauran promosi pada Pempek Jimmy Devaten Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan penelitian ini sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Menambah wawancara dan pengetahuan penulis dibidang ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam hal bauran promosi dan nantinya dapat membantu penulis menerapkan dalam kegiatan dunia usaha yang sebenarnya.

b. Bagi Pelaku Usaha

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan mengenai permasalahan pemasaran, terutama dalam menerapkan bauran promosi.

c. Bagi Pembaca

Sebagai acuan atau bahan referensi bagi pembaca yang ingin menambah wawasan mengenai mata kuliah manajemen pemasaran.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Agar laporan ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu Penerapan Bauran Pemasaran Pada Pempek Jimmy Devaten Palembang yang beralamat di Jalan Depaten Lama No.27, 27 Ilir, Kec. Ilir Barat II, Kota Palembang

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Pada Penulisan laporan ini penulis menggunakan 2 (dua) sumber data yaitu:

a. Sumber data primer

Pada penelitian ini data yang penulis peroleh yaitu dari pemilik/ pengurus dari usaha pempek Jimmy Devaten yang merupakan hasil wawancara langsung antara penulis dengan pemilik/ pengurus Pempek Jimmy Devaten.

b. Sumber data sekunder

Pada penelitian ini, data yang penulis dapatkan yaitu dari sumber bacaan melalui buku, internet, jurnal, dan artikel serta hasil penelitian yang telah dipublikasikan oleh berbagai pihak.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:224), teknik pengumpulan data merupakan langkah awal yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data-data yang diperlukan guna penulisan laporan ini, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai

dengan permasalahan yang ada dengan mendatangi langsung usaha Pempek Jimmy Devaten.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan penulis antara lain:

1. Riset lapangan (*Field Research*)

Melakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung adalah dengan cara sebagai berikut:

a. Wawancara

Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara secara langsung (tatap muka) dengan pemilik Pempek Jimmy Devaten, dengan berpedoman kepada pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya namun hanya berupa garis besarnya saja (wawancara tidak berstruktur).

b. Observasi

Dalam penelitian ini dengan cara mengamati secara langsung tanpa berpartisipasi secara langsung (Observasi non partisipan).

c. Dokumentasi

Dokumen itu bisa berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Penulis melakukan pengambilan foto pada saat wawancara untuk mendukung laporan ini.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur – literatur ilmiah. Data diperoleh dari data yang relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti dengan melakukan studi pustaka lainnya seperti buku, jurnal, artikel, dan hasil dari peneliti terdahulu.

1.5.4 Metode Analisis Data

Adapun metode yang digunakan penulis untuk menganalisis data yang diperoleh dari perusahaan tersebut yaitu metode analisis yang bersifat deskriptif kualitatif.

Menurut Sukmadinata (2011:73), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan

Jadi, bisa disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Analisis data dalam penelitian kualitatif memerlukan koseptualisasi yaitu proses menyusun konsep yang dilakukan sebelum memasuki lapangan kemudian dilanjutkan dengan kategorisasi dan deskripsi dimana hal ini dilakukan pada saat berada dilapangan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode model Miles dan Hubermen. Miles dan Hubermen(1994) dalam Rodsyada (2020:213-217) menyatakan bahwa proses pengumpulan data dilakukan 3 kegiatan penting diantaranya reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), verifikasi (*verification*). Penelitian ini dilakukan secara berulang terus-menerus dan saling berkaitan satu sama lain baik dari sebelum, saat di lapangan hingga selesainya penelitian. Komponen alur dijelaskan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan sebuah proses merangkum atau memilih hal-hal yang pokok. Karena data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Reduksi data berlangsung selama proses pengambilan data itu langsung, pada tahap ini juga akan berlangsung kegiatan pengkodean, meringkas dan membuat partisi (bagian-bagian). Proses transformasi ini berlanjut terus sampai laporan akhir penelitian tersusun lengkap.

b. Penyajian Data

Setelah proses reduksi data, langkah yang dilakukan penulis adalah melakukan penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian dapat berbentuk uraian singkat, bagan, atau hubungan antar kategori, namun dalam penelitian kualitatif biasanya disajikan dalam sebuah naratif. Penyajian data bertujuan agar peneliti dapat memahami apa yang terjadi dalam merencanakan tindakan selanjutnya yang akan dilakukan.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah akhir dalam pengumpulan data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses dari awal pendapatan, kemudian peneliti

melakukan rangkuman atas permasalahan dilapangan, kemudian melakukan pencatatan hingga menarik kesimpulan. Biasanya kesimpulan awal masih bersifat sementara dan bisa saja mengalami perubahan selama proses pengumpulan data masih berlangsung. Tetapi kesimpulan tersebut dapat menjadi kesimpulan yang kredibel jika didukung oleh data yang valid dan konsisten (Rijali,2018).

