

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Promosi**

“Promosi adalah salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran sebuah produk atau layanan. Ini melibatkan serangkaian kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan pembelian pelanggan potensial” (Sulistiyawati & Widayani, 2020).

Sedangkan Menurut, Kotler dan Armstrong (2015:77) , “Promosi adalah aktivitas yang mengomunikasikan keunggulan produk dan membujuk target pasar untuk membelinya”.

##### **2.1.1 Tujuan Promosi**

Promosi memiliki beberapa tujuan utama, di antaranya:

1. Meningkatkan kesadaran merek: Membuat konsumen sadar tentang produk atau layanan yang ditawarkan.
2. Meningkatkan penjualan: Mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Membangun citra merek: Membentuk persepsi positif tentang merek diantara konsumen.
4. Menjangkau target pasar: Mengkomunikasikan pesan kepada segmenpasar yang tepat.
5. Membangun hubungan pelanggan: Membina hubungan jangka panjang dengan konsumen (Effendi et al., 2020)

Tujuan promosi adalah untuk Menginformasikan (*Informing*), Membujuk Pelanggan (*Persuading*), Mengubah Tingkah Laku, dan Mengubah Tingkah Laku Menurut Shimp (2023)

##### **2.1.2 Strategi Bauran Promosi**

Bauran promosi meliputi 6 elemen: periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, dan pemasaran digital. (Menurut Belch dan Belch, 2018)

Berikut beberapa strategi yang sering digunakan dalam promosi:

1. Diferensiasi merek: Menonjolkan keunikan produk atau layanan untuk membedakannya dari pesaing.
  2. Penekanan pada manfaat: Fokus pada manfaat yang diberikan produk atau layanan kepada konsumen.
  3. Segmentasi pasar: Menyesuaikan pesan promosi dengan kebutuhan dan preferensi segmen pasar tertentu.
  4. Penggunaan media yang tepat: Memilih media yang efektif untuk menjangkau target pasar yang diinginkan.
  5. Integrasi promosi: Menggabungkan berbagai elemen promosi untuk menciptakan pesan yang konsisten dan terkoordinasi.
- (Ratama dan Mulyati, 2022)

### **2.1.3 Elemen Promosi**

Elemen promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Menurut (Fill, 2009)

Ada beberapa elemen yang terlibat dalam promosi, termasuk:

1. Pesan: Informasi atau pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen.
2. Media: Saluran yang digunakan untuk menyebarkan pesan promosi, seperti televisi, internet, atau brosur.
3. Target pasar: Kelompok konsumen yang dituju oleh promosi.
4. Anggaran: Jumlah uang yang dialokasikan untuk kegiatan promosi.
5. Evaluasi: Penilaian terhadap efektivitas promosi untuk menentukan keberhasilan dan membuat perubahan jika diperlukan.

Beberapa contoh promosi yang sukses termasuk kampanye iklan yang kreatif, penawaran diskon yang menarik, dan acara promosi yang menarik perhatian media. Dengan memahami konsep promosi ini secara menyeluruh, perusahaan dapat mengembangkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan membangun hubungan dengan

pelanggan. Promosi yang baik dapat membantu merek untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. (Rumetna et al.,2024)

## **2.2 Pengertian Penjualan**

“Penjualan adalah salah satu aspek terpenting dalam bisnis. Ini melibatkan proses persuasi dan negosiasi untuk mengonversi prospek menjadi pelanggan yang membayar. Penjualan merujuk pada kegiatan yang dilakukan untuk menawarkan produk atau layanan kepada calon pembeli dengan tujuan untuk mendapatkan pembelian. Ini melibatkan interaksi antara penjual dan pembeli, di mana penjual berupaya untuk memengaruhi keputusan pembelian pembeli dengan memberikan informasi, menyelesaikan kekhawatiran atau keberatan, dan menawarkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pembeli” (Permatasari & Santosa, 2021).

Sedangkan Menurut (Swastha 2010) “Penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain”.

### **2.2.1 Strategi Penjualan**

Ada berbagai strategi yang dapat digunakan dalam penjualan, termasuk:

1. Penyusunan prospek: Identifikasi dan penilaian prospek potensial untuk menentukan peluang penjualan yang paling menjanjikan.
2. Pembentukan hubungan: Membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan calon pelanggan melalui komunikasi yang efektif dan pelayanan pelanggan yang berkualitas.
3. Penyampaian nilai: Menyoroti nilai produk atau layanan yang ditawarkan kepada pelanggan potensial, dengan menekankan manfaat dan keunggulan dibandingkan pesaing. Mengatasi keberatan: Memahami dan mengatasi keberatan atau kekhawatiran calon pelanggan dengan memberikan informasi yang relevan dan meyakinkan.
4. Penutupan penjualan: Menggunakan teknik penutupan yang efektif untuk mengonversi minat menjadi pembelian. (Dora & Dewi, 2022)

### **2.2.2 Langkah-Langkah Proses Penjualan**

Proses penjualan umumnya melibatkan langkah-langkah berikut: (Ariyanti & Iriani, 2022)

1. Persiapan: Meneliti prospek, mempersiapkan presentasi penjualan, dan menentukan strategi komunikasi.
2. Penciptaan Hubungan: Membangun koneksi dengan calon pelanggan dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan keinginan mereka.
3. Penyampaian Penawaran: Menginformasikan calon pelanggan
4. tentang produk atau layanan yang ditawarkan dan bagaimana hal itu dapat memenuhi kebutuhan mereka.
5. Mengatasi Keberatan: Mendengarkan kekhawatiran atau keberatan calon pelanggan dan memberikan solusi atau penjelasan yang memuaskan.
6. Penutupan Penjualan: Mengonfirmasi keputusan pembelian dan menyelesaikan transaksi dengan melaksanakan proses pembayaran atau pemesanan.

Menurut Ramadhani et al., (2020) Untuk menjadi penjual yang sukses, seseorang perlu menguasai berbagai keterampilan, termasuk:

1. Komunikasi yang efektif: Kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan meyakinkan kepada calon pelanggan.
2. Ketekunan: Kemauan untuk bekerja keras dan gigih dalam menghadapi tantangan dan penolakan.
3. Keterampilan negosiasi: Kemampuan untuk bernegosiasi dengan calon pelanggan untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.
4. Penyelesaian masalah: Kemampuan untuk mengidentifikasi masalah atau hambatan dalam proses penjualan dan menemukan solusi yang efektif. Dengan memahami konsep, strategi, proses, keterampilan, dan pengukuran kinerja penjualan secara komprehensif, seseorang dapat menjadi penjual yang sukses dan memainkan peran yang penting dalam kesuksesan bisnis. Penjualan yang efektif tidak hanya memperoleh pendapatan bagi perusahaan, tetapi juga membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan membangun merek yang solid.

## 2.3 Penjualan Online

Penjualan *online* telah menjadi salah satu metode pemasaran dan penjualan yang paling penting dan efektif dalam era digital saat ini. Penjualan online, juga dikenal sebagai *e-commerce*, merujuk pada proses membeli dan menjual produk atau layanan melalui internet. Ini melibatkan berbagai platform dan metode, termasuk situs web toko *online*, pasar elektronik seperti Amazon dan eBay, media sosial, dan aplikasi seluler. Penjualan *online* memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian secara mudah dan nyaman dari mana saja dan kapan saja, tanpa harus berkunjung ke toko fisik (Febrilla & Ponirin, 2022).

Sedangkan Menurut Laudon dan Traver (2017) "Penjualan online adalah transaksi komersial digital antara organisasi dengan individu yang melibatkan pertukaran nilai untuk produk dan jasa melalui internet".

### 2.3.1 Strategi Penjualan Online

Ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam penjualan online, termasuk:

1. Pembangunan situs web toko online: Membuat situs web yang menarik dan mudah digunakan untuk menampilkan produk atau layanan yang ditawarkan.
2. Optimalisasi mesin pencari (SEO): Mengoptimalkan situs web agar muncul di peringkat teratas dalam hasil pencarian Google atau mesin pencari lainnya untuk kata kunci yang relevan.
3. Pemasaran konten: Membuat dan mendistribusikan konten yang bermanfaat dan relevan untuk menarik calon pelanggan dan membangun kesadaran merek.
4. Pemasaran melalui media sosial: Memanfaatkan platform media sosial untuk berinteraksi dengan calon pelanggan, mempromosikan produk atau layanan, dan membangun komunitas pengikut yang terlibat.
5. Pemasaran email: Mengirimkan email kepada pelanggan potensial dengan penawaran khusus, pengumuman produk baru, atau konten berharga lainnya, (Larasati & Fadillah, 2022).

### 2.3.2 Keuntungan Penjualan Online

Ada beberapa keuntungan yang diperoleh dari penjualan online, antara lain:

1. Akses global: Mencapai pasar yang lebih luas di seluruh dunia tanpa batasan geografis.
2. Biaya yang lebih rendah: Mengurangi biaya overhead seperti sewa tempat dan biaya operasional toko fisik.
3. Kemudahan berbelanja, (Yoeliastuti et al., 2021).

Menurut (Effendi et al., 2020). Meskipun memiliki banyak keuntungan penjualan *online* juga dihadapkan pada beberapa tantangan termasuk:

- 1 Persaingan yang sengit: Persaingan yang tinggi dengan berbagai toko *online* lainnya yang menawarkan produk atau layanan serupa.
- 2 Keamanan dan privasi: Menjaga keamanan dan privasi data pelanggan merupakan tantangan yang besar dalam era digital ini.
- 3 Manajemen inventaris: Memastikan ketersediaan stok yang memadai dan mengelola inventaris dengan efisien.
- 4 Logistik dan pengiriman: Menyediakan pengiriman yang cepat, andal, dan terjangkau untuk memenuhi ekspektasi pelanggan.

Beberapa contoh praktik terbaik dalam penjualan *online* meliputi:

1. Desain situs web yang responsif: Membuat situs web yang dioptimalkan untuk tampil dengan baik di berbagai perangkat, termasuk komputer desktop, tablet, dan ponsel.
2. Penggunaan gambar dan video berkualitas tinggi: Menampilkan gambar dan video produk yang menarik dan informatif untuk membantu calon pelanggan membuat keputusan pembelian.
3. Penawaran pengiriman gratis: Menawarkan pengiriman gratis atau biaya pengiriman yang terjangkau untuk meningkatkan daya tarik pembelian.
4. Program loyalitas pelanggan: Membangun program loyalitas itu sendiri dan memberikan insentif kepada pelanggan untuk melakukan

pembelian berulang.

5. Layanan pelanggan yang responsif: Memberikan layanan pelanggan yang cepat dan responsif untuk memecahkan masalah atau kekhawatiran pelanggan dengan efisien, (Sulistiyawati & Widayani, 2020).

Dengan menerapkan strategi yang tepat dan memperhatikan tantangan yang dihadapi, penjualan *online* dapat menjadi salah satu sumber pendapatanyang signifikan bagi bisnis dalam era digital ini. Dengan memahami konsep penjualan *online* dan menerapkan praktik terbaik, perusahaan dapat memanfaatkan potensi pasar *online* yang luas untuk meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

#### **2.4 Perancangan Website Berbasis Wix**

Perancangan website berbasis Wix merupakan salah satu cara yang *populer* dan efektif untuk membuat situs web dengan cepat dan mudah, tanpa perlu memiliki pengetahuan koding yang mendalam. Wix adalah platform pembuatan situs web yang memungkinkan pengguna untuk membuat situs web yang menarik dan profesional tanpa harus memiliki keterampilan koding. Diluncurkan pada tahun 2006, Wix telah menjadi salah satu alat pembuatan situs web yang paling populer di dunia, dengan jutaan pengguna dari berbagai industri dan bidang (Rumetna et al., 2024).

Wix menawarkan berbagai fitur yang dapat meningkatkan fungsionalitas dan penampilan situs web, termasuk:

1. Editor Drag-and-Drop: Memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan desain situs web dengan menyeret dan menjatuhkan elemen secara visual.
2. Galeri Media: Menyediakan akses ke koleksi gambar, video, dan elemen multimedia lainnya yang dapat ditambahkan ke situs web.
3. Toko Online: Memungkinkan pengguna untuk membuat toko online yang lengkap dengan keranjang belanja, sistem pembayaran, dan manajemen inventaris.

4. Blog: Memungkinkan pengguna untuk membuat dan mengelola blog terintegrasi dengan situs web mereka.
5. Analisis Situs Web: Menyediakan data dan metrik tentang kinerja situs web, termasuk jumlah pengunjung, lama tinggal, dan sumber lalu lintas. (Rumetna et al., 2024)

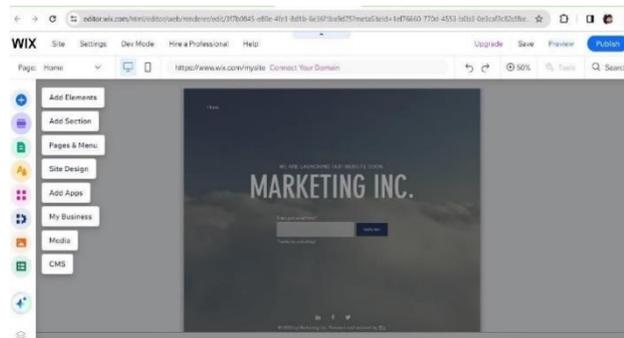
Berikut beberapa tips yang dapat membantu merancang website yang menarik dan fungsional dengan menggunakan Wix:

1. Pilih tema yang sesuai: Pilih template atau tema yang sesuai dengan merek atau industri, dan pastikan untuk menyesuaikannya agar sesuai dengan kebutuhan.
2. Gunakan gambar berkualitas Tinggi: Gunakan gambar berkualitas tinggi yang relevan dengan konten untuk meningkatkan *profesionalisme* dan daya tarik visual situs web.
3. Tetap sederhana: Hindari penambahan terlalu banyak elemen atau informasi yang dapat membuat situs web terlihat berantakan atau membingungkan pengunjung.
4. Uji kinerja: Uji situs web secara teratur untuk memastikan bahwa semua fungsi dan tautan berfungsi dengan baik, dan perbarui konten dan desain secara berkala untuk menjaga kesegarannya.

Wix adalah *website builder* berbasis *cloud* yang berfungsi membantu *user* untuk membangun dan mengembangkan *website* mereka dengan mudah dan cepat. *Platform* ini sangat cocok untuk yang pemula dan belum memiliki kemampuan coding, karena Wix sangat mudah untuk digunakan dan dipelajari. Sejak awal, *website* ini memang ditujukan untuk orang awam yang ingin membuat website tapi tidak mengerti bagaimana caranya.

#### 2.4.1 Tampilan Wix

Berikut adalah contoh tampilan dari *Website* Wix



**Gambar 2.1 Tampilan Awal Pembuatan Website Wix**

Sumber: <https://www.wix.com/>,2024

Website wix memiliki kumpulan fitur dan menu yang tersusun beberapa bagian berikut penjelasan dari bagian bagian tersebut.

a. *Add Section*

*Add section* di Wix mengacu pada tindakan menambahkan bagian baru ke dalam desain situs web menggunakan Editor Wix. Sebuah bagian biasanya merupakan area tertentu di halaman situs yang memiliki tata letak atau fungsi tertentu, seperti header, footer, atau bagian konten.

b. *Add Elements*

*Add Elements* mengacu pada proses menambahkan komponen visual atau fungsional ke dalam desain situs web Ini memungkinkan untuk memperluas dan memodifikasi tampilan dan fungsi situs tanpa perlu menulis kode secara manual. Ada beberapa fitur yang ada di *Add Elements* seperti teks gambar formulir dan widget lainnya

c. *Page And Menu*

*Page* merujuk kepada halaman-halaman individu yang membentuk situs web. Setiap halaman mungkin memiliki konten yang unik atau fungsionalitas tertentu, seperti halaman Beranda, Tentang Kami, Produk, Layanan, Kontak, dan lain-lain. dapat membuat dan mengedit halaman-halaman ini untuk menampilkan konten yang sesuai dengan kebutuhan situs. Sementara itu, "*menu*" merujuk kepada daftar tautan yang biasanya ditempatkan di bagian atas atau samping situs web. Menu ini berisi tautan ke halaman-halaman utama situs dan memungkinkan pengunjung untuk dengan mudah menavigasi melalui situs web dapat menyesuaikan menu dengan menambahkan, menghapus, atau mengatur ulang tautan, serta mengubah tampilan

visualnya sesuai dengan preferensi

d. *Desain Site design*

*Site design* di Wix merujuk kepada proses dan hasil dari desain keseluruhan situs web menggunakan alat bawaan yang disediakan oleh platform Wix. Ini mencakup aspek visual, *struktural*, dan *fungsional* dari situs .

e. *Add Apps*

Tindakan menambahkan aplikasi atau fitur tambahan ke situs *web* menggunakan *Wix App Market*. *Wix App Market* adalah toko aplikasi yang menyediakan berbagai macam aplikasi dan widget yang dapat meningkatkan fungsionalitas situs

f. *My Business*

*My Business* merujuk kepada fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat situs web bisnis yang dioptimalkan. Ini adalah platform yang disediakan oleh Wix yang dirancang khusus untuk membantu pemilik bisnis menciptakan situs web yang efektif untuk kebutuhan bisnis mereka.

g. *Media*

Media mengacu pada berbagai jenis konten visual yang dapat ditambahkan ke situs web untuk meningkatkan daya tariknya. Ini mencakup gambar, video, galeri gambar, dan elemen- elemen media lainnya.

h. *CMS (Content Management System)*

*CMS (Content Management System)* merujuk kepada *platform* yang memungkinkan untuk membuat, mengelola, dan mengedit konten situs web dengan mudah dan intuitif. Wix menyediakan CMS yang kuat yang memungkinkan untuk melakukan berbagai tugas terkait konten