

BAB 1

PENDAHULUAN

3.1 Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya tujuan utama setiap orang mendirikan suatu usaha/bisnis yaitu memperoleh laba semaksimal mungkin. Indikator suatu usaha/bisnis dapat dikatakan berhasil apabila usaha tersebut memperoleh laba sesuai dengan apa yang diharapkan. Dibalik keberhasilan suatu usaha dalam memperoleh laba sesuai yang diharapkan/tujuan perusahaan. Pemasaran memiliki peranan penting dalam memperoleh dan juga mempertahankan suatu usaha, serta mendorong suatu perusahaan agar berkembang dan maju.

Adapun bauran pemasaran merupakan kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi. Dengan kata lain definisi marketing mix adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan dari konsumen.

Bauran pemasaran meliputi 4 P yakni produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Dari keempat unsur pemasaran tersebut saling berkaitan satu sama lain dan memiliki peranan yang sama untuk menunjang tujuan suatu perusahaan. Dengan adanya bauran promosi, dapat meningkatkan laba volume penjualan dari produk yang dihasilkan sehingga menghasilkan laba yang sesuai dengan harapan/tujuan perusahaan.

Salah satu unsur dari pemasaran yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan volume penjualan dari produk yang dihasilkan sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi adalah salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja

berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

PT Muarakati Baru Satu adalah perusahaan yang bergerak dibidang property development, interior, kontakStor, agen, dan construction design building. Yang berbentuk hunian rumah yang menawarkan perumahan yang sederhana, mewah, nyaman dan fasilitas yang lengkap di tengah kota Palembang dengan harga yang bisa di jangkau oleh konsumen kalangan menengah keatas maupun kebawah. PT Muarakati Batu Satu yang beralamat di Jalan. Lunjuk Jaya Komplek Grand Hill 3 Blok D. No.15, Kecamatan Ilir Barat 1, Palembang.

PT Muarakati Baru Satu didirikan di Palembang, Sumatra Selatan pada awalnya perusahaan ini memuaskan kegiatan usahanya pada pembangunan rumah tinggal dan bangunan komersial baik kontruksi (ekterior) maupun interior khusus di daerah Palembang. Dengan komitmen, kerja keras, keahlian dan semangat kerja para personilnya, saat ini telah beroperasi untuk berkembang lebih luas bahkan nantinya untuk luar sumatra selata.

Dalam perjalanannya, manajemen melihat peluang yang lebih besar dan menjajikan adalah pada bidang property, khususnya adalah pengembangan perumahan. Maka PT Muarakati Baru Satu menjadikan bisnis property terutama real estate menjadi bisnis utama (*core business*). Selain bergerak dibidang property sebagai usaha utama, PT Muarakati Baru Satu juga meluaskan bidang usahanya dibidang agen, supplier dan contruction design building.

Dengan motto menciptakan lingkungan yang lebih baik, selalu menerapkan perancangan yang matang dan pelaksanaan yang terkontrol sehingga kualitas selalu menjadi satu elemen yang melekat dalam diri perusahaan. Perusahaan kami menjual produk dengan biaya yang

bersaingan dan kualitas yang baik. PT Muarakati Baru Satu juga siap membangun daerah bersama pemerintah.

Perusahaan yang terbentuk perseroan yang terbatas ini berdiri sejak 2007 silam, dengan tingkat pembeli dalam setahun bisa mencapai 40 lebih konsumen dengan omset 10.000.0000.000 lebih pertahunnya, dengan jumlah karyawan perusahaan sebanyak 50 lebih, buruh bangunan 2(dua orang) manager, 1(satu orang), bagian administrasi 1(satu orang), bagian sipil, 2(dua orang), bagian pemasaran, 2(dua oranga), bagian lapangan dan bagaian lainnya. Namun dalam kurun 3(tiga) tahun terakhir penjualan di PT muarakati satu mengalami penurunan signifikan, tercatat dalam laporan penjualan dalam tahun, 2021,2022,2023

TABEL 1.1
Data Penjualan Perumahan

No	Tahun			
	Bulan	2021	2022	2023
1	Januari	6	6	6
2	Februari	2	1	7
3	Maret	3	4	5
4	April	3	2	4
5	Mei	6	2	4
6	Juni	2	6	4
7	Juli	1	0	3
8	Agustus	2	5	3
9	September	1	6	6
10	Oktober	4	2	5
11	November	1	2	3
12	Desember	0	1	0
Jumlah		31	37	50

Sumber: PT Muarakati Baru Satu, 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2020 total penjualan Rumah subsidi yang terjual yaitu sebanyak 50 Unit Rumah

Akan tetapi, pada tahun 2021 dan 2022 mengalami penurunan penjualan yakni. Dalam menjalankan bisnis tidak selamanya akan mengalami kenaikan dalam penjualan pasti akan ada mengalami penurunan omset penjualan.

Terjadinya penurunan omset penjualan di sebabkan Covid-19 sehingga tidak ada unit rumah subsidi yang terjual dan adanya persaingan yang begitu ketat akibat munculnya beberapa perusahaan pesaing yang menawarkan rumah subsidi yang sama, selain itu pengguna strategi masih tergolong kurang tepat dalam memasarkan produk. Maka dari itu, perusahaan harus perlu menentukan strategi apa yang tepat khususnya dalam menetapkan promosi atau bauran promosi (*marketing mix*) yang dapat meningkatkan omset penjualan dan tentunya dapat mencapai target penjualan yang diharapkan oleh perusahaan.

Berdasarkan data yang menunjukkan adanya penurunan tingkat omset penjualan pada PT Muarakati Baru Satu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENCAPAI TARGET PENJUALAN RUMAH SUBSIDI PADA PT MUARAKATI BARU SATU”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, Penulis merumuskan masalah dalam laporan akhir ini adalah "Bagaimana Penerapan Strategi Promoso Melalui Media Sosial Untuk Mencapai Target Penjualan Rumah Subsidi Muarakati Baru Satu”.

1.3 Batasan Masalah

Masalah yang dibahas dari promosi yang ada, penulis hanya membahas 3 promosi yang dilakukan Usaha PT Muarakati Baru Satu, yaitu:

1. Personal Selling.
2. Promosi Penjualan.
3. Informasi dari mulut ke mulut (*word to mouth*)

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui efektifitas promosi yang diharapkan oleh PT Muarakati Baru Satu.
- b. Untuk menganalisis penerapan bauran promosi yang dilakukan oleh PT Muarakati Baru Satu.

1.4.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis
Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai promosi yang dilakukan oleh PT Muarakati Baru Satu.
- b. Bagi PT Muarakati Baru Satu
Dengan adanya laporan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi PT Muarakati Baru Satu mengenai promosi yang dilakukan.
- c. Baca Pembaca
Dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pembaca.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain di PT Muarakati Baru Satu di Komplek Tirta Mutiara Indah Blok C1 Sukarami, Kebun Bunga KM.9 Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu seluruh data yang diperoleh dari observasi dan wawancara secara langsung kepada sejumlah partisipan yang

sesuai dengan target dan yang dianggap mewakili populasi yaitu, direktur utama, direktur, komisaris utama, marketing Manager yang merangkap sebagai pelaksana General Manager dan sales marketing. Data sekunder diperoleh dari literatur, buku/artikel, dengan topik penelitian mengenai manajemen pemasaran.

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini yaitu :

a. Data Primer

Dalam hal ini penulis memperoleh data primer dari hasil wawancara dengan Kepala PT Muarakati Baru Satu.

b. Data Skunder

Dalam hal ini penulis memperoleh data sekunder dari pengumpulan data-data informasi yang diperlukan untuk mengetahui permasalahan yang terdapat pada PT Muarakati Baru Satu

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara Wawancara adalah percakapan denganmaksud tertentu, percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak atau lebih yaitu pewawancara (interviewner) yang mengajukan pertanyaan dan pihak yang menjawab pertanyaan (interviewee). Wawancara yang dilakukan merupakan wawancara terstruktur dan semi terstruktur. Penelitian ini mendapatkan informasi secara langsung melalui metode wawancara yang dilakukan dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya secara lengkap dan terperinci mengenai analisis strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada media digital

2. Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan melihat data-data yang tertulis yang mengandung suatu keterangan dan kejelasan tentang strategi promosi yang aktual dan sesuai dengan masalah peneliti. Dalam penelitian ini sumber yang akan dijadikan sebagai alasan dari dokumentasi yaitu data yang tertulis seperti dokumen, file-file atau catatan seperti berdirinya PT Muarakati Baru satu dan catatan yang berhubungan dengan penelitian di PT Muarakati Baru Satu.

a. Studi Pustaka

penulis mencari bahan yang dibutuhkan dengan membaca buku dari referensi-referensi yang lain serta browsing dan searching lewat internet mencari bahan yang berhubungan dengan penulisan akhir ini.

b. Riset Lapangan

penulis mendatangi secara langsung perusahaan dan bertanya secara langsung ke Bapak selaku Kepala Cabang Perusahaan, mengenai masalah apa saja yang dihadapi, kebutuhan apa saja yang diinginkan serta menanyakan sejarah luas perusahaan, profil perusahaan, Rumah yang dijual dan diproduksi, harga barang, jumlah karyawan dan data-data lain yang diperlukan.

c. Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan Ibu Retno Wulandari, S.E Sebagai pegawai PT Muarakati Baru Satu.

1.5.4 Teknik Analisis Data

a. Analisis Data

Penelitian kualitatif telah melakukan evaluasi data sebelum peneliti mulai mengumpulkan data lapangan. Dengan penelitian deskriptif kualitatif, proses evaluasi data yang berlangsung secara berkelanjutan mulai dari pengumpulan awal data hingga penelitian selesai. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman yang diterapkan secara langsung di lapangan. Menurut Sugiyono (2020:131) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan, lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit melakukan sintesi, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Adapun langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data (Data Collection)

Dalam penelitian data kualitatif pengumpulan data dengan observasi wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan berhari-hari, mungkin berbulan-bulan sehingga data yang diperoleh banyak. Pada tahap awal peneliti melakukan penjajahan secara umum terhadap situasi sosial/objek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar di rekam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

2. Reduksi Data (Data Reduction)

Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data, mereduksi data berarti merangkum memilih dalam hal-hal yang pokok,

memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

3. Penyajian Data (Data Display)

Semakin data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menampilkan data. Dalam penelitian kualitatif, data yang disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif.

4. Penarikan Kesimpulan dan Vertifikasi (Conclusion drawing verification)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih renang-renang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

b. Riset Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku literatur dan referensi-referensi lain serta jurnal yang penulis jadikan sebagai referensi landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.