

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).

2.1.1 Tujuan Promosi

Promosi memiliki beberapa tujuan utama, di antaranya: (Effendi et al., 2020)

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 di antara konsumen,
4. Menjangkau target pasar: Mengkomunikasikan pesan kepada segmen pasar yang tepat
5. Membangun hubungan pelanggan: Membina hubungan jangka panjang dengan konsumen

2.1.2 Strategi Bauran Promosi

Berikut beberapa strategi yang sering digunakan dalam promosi: (Ratama dan Mulyati, 2022)

1. Diferensiasi Merek: Menonjolkan keunikan produk atau layanan untuk membedakannya dari pesaing
2. Penekanan pada manfaat: 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

2.1.3 Elemen Promosi

Ada beberapa elemen yang terlibat dalam promosi, termasuk:
(Rumetnaet al.,2024)

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.

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)

2.2.1 Strategi Penjualan

Ada berbagai strategi yang dapat digunakan dalam penjualan, termasuk: (Dora & Dewi, 2022)

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.

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.

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

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 penyalang yang paling penting dan efektif dalam era digital saat ini. Penjualan online, jugadikenal 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)

2.3.1 Strategi Penjualan Online

Ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam penjualan online, termasuk: (Larasati & Fadillah, 2022)

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.

2.3.2 Keuntungan Penjualan Online

Ada beberapa keuntungan yang diperoleh dari penjualan online, antara lain: (Yoeliastuti et al., 2021)

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

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

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

Beberapa contoh praktik terbaik dalam penjualan online meliputi: menurut (Sulistiyawati & Widayani, 2020)

- a. Desain situs web yang responsif: Membuat situs web yang dioptimalkan untuk tampil dengan baik di berbagai perangkat, termasuk komputer desktop, tablet, dan ponsel.
- b. Penggunaan gambar dan video berkualitas tinggi: Menampilkan gambar dan video produk yang menarik dan informatif untuk membantu calon pelanggan membuat keputusan pembelian.
- c. Penawaran pengiriman gratis: Menawarkan pengiriman gratis atau biaya pengiriman yang terjangkau untuk meningkatkan daya tarik pembelian.
- d. Program loyalitas pelanggan: Membangun program loyalitas yang memberikan insentif kepada pelanggan untuk melakukan pembelian berulang.
- e. Layanan pelanggan yang responsif: Memberikan layanan pelanggan yang cepat dan responsif untuk memecahkan masalah atau kekhawatiran pelanggan dengan efisien.

Dengan menerapkan strategi yang tepat dan memperhatikan tantangan

yang dihadapi, penjualan online dapat menjadi salah satu sumber pendapatan yang 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 Pengertian *Website*

Pengertian *website* menurut Sebok, Vermaat, dan tim (2018 : 70) adalah kumpulan halaman yang saling terhubung yang di dalamnya terdapat beberapa item seperti dokumen dan gambar yang tersimpan di dalam web server. *Web app* adalah sebuah aplikasi yang berada dalam *web server* yang bisa user akses melalui browser. *Web app* biasanya menampilkan data user dan informasi dari server.

2.5 Pengertian *Wix*

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 Anda 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.

Wix sebagai media promosi dapat dipahami melalui berbagai teori pemasaran yang telah dikembangkan sepanjang sejarah pemasaran modern. Salah satu pendekatan yang relevan adalah konsep "promosi" dalam bingkai pemasaran campuran atau marketing mix. Teori ini pertama kali diajukan oleh Neil Borden pada tahun 1949 dan kemudian diperluas oleh Philip Kotler pada tahun 1960-an. Dalam konteks *Wix*, platform ini memungkinkan pengguna untuk memanfaatkan berbagai alat promosi dalam pemasaran mereka. Fitur-fitur seperti pembuatan iklan, integrasi media sosial, dan pemasaran konten memungkinkan pengguna untuk menciptakan pesan yang menarik dan mempromosikan merek mereka kepada target pasar yang relevan. Selain itu, konsep pemasaran konten juga penting dalam strategi promosi melalui *Wix*. Dengan membuat konten yang

relevan dan berharga, pengguna dapat menarik pengunjung ke situs web mereka dan membangun otoritas dalam industri mereka. Oleh karena itu, *Wix* tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk membangun kehadiran online, tetapi juga sebagai alat promosi yang kuat yang membantu pengguna untuk mencapai tujuan pemasaran mereka. (Irawati et al., 2022).

Wix sebagai media penjualan dapat dipersepsikan melalui prisma teori *e-commerce* yang berkembang seiring dengan perkembangan teknologi internet. Konsep *e-commerce*, yang pertama kali muncul pada tahun 1990-an, merujuk pada proses penjualan produk atau layanan secara elektronik melalui internet. Seiring dengan itu, *Wix*, didirikan pada tahun 2006, telah menjadi platform yang memungkinkan pengguna untuk mengimplementasikan konsep *e-commerce* ini dengan lebih mudah. Melalui fitur-fitur seperti pembuatan toko online, sistem pembayaran yang terintegrasi, dan manajemen inventaris, *Wix* memberikan infrastruktur yang diperlukan bagi pengguna untuk menjalankan bisnis mereka secara online. (Rachmadi et al., 2023).

Teori pemasaran juga memberikan pandangan yang penting terhadap peran *Wix* sebagai media penjualan. Konsep hubungan pelanggan atau *CRM* (*Customer Relationship Management*), yang telah berkembang sejak tahun 1980-an, menyoroti pentingnya membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan pelanggan. Dalam konteks *Wix*, fitur-fitur seperti formulir kontak, fitur pemesanan, dan analitik transaksi membantu pengguna untuk berinteraksi dengan pelanggan secara lebih efektif, meningkatkan retensi pelanggan, dan memperkuat ikatan bisnis. Oleh karena itu, meskipun tidak ada satu teori tunggal yang menetapkan *Wix* sebagai media penjualan, namun kombinasi konsep-konsep dalam teori *e-commerce* dan hubungan pelanggan memberikan landasan bagi peran *Wix* dalam mendukung aktivitas penjualan online.

2.6 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: (Rumetna et al., 2024)

- a. Editor *Drag-and-Drop*: Memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan desain situs web dengan menyeret dan menjatuhkan elemen secara visual.
- b. Galeri Media: Menyediakan akses ke koleksi gambar, video, dan elemen multimedia lainnya yang dapat ditambahkan ke *situs web*.
- c. Toko *Online*: Memungkinkan pengguna untuk membuat toko *online* yang lengkap dengan keranjang belanja, sistem pembayaran, dan manajemen inventaris.
- d. Blog: Memungkinkan pengguna untuk membuat dan mengelola blog terintegrasi dengan *situs web* mereka.
- e. Analisis *Situs Web*: Menyediakan data dan metrik tentang kinerja *situs web*, termasuk jumlah pengunjung, lama tinggal, dan sumber lalu lintas.

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

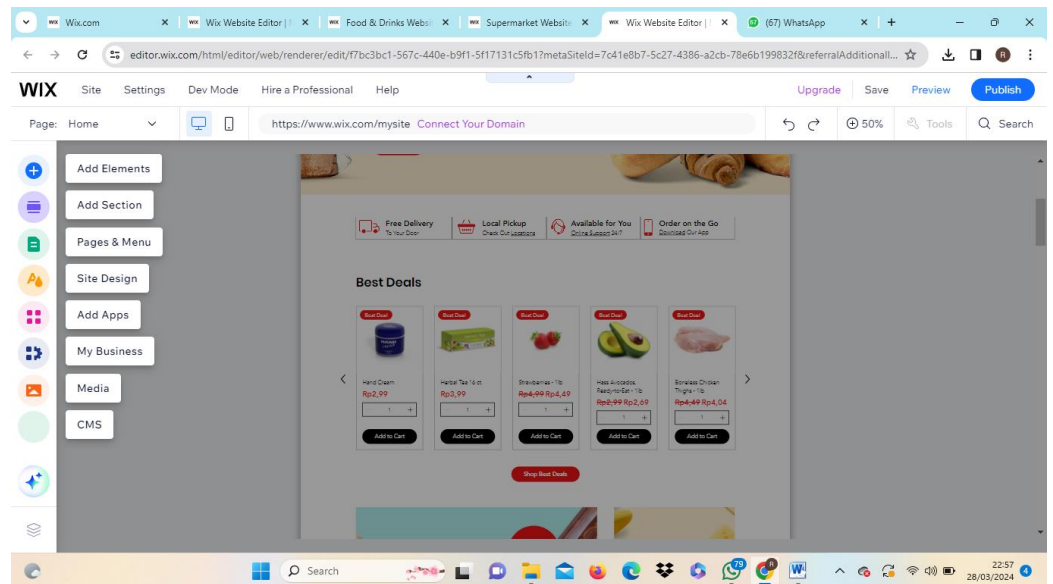
- a. Pilih Tema yang Sesuai: Pilih template atau tema yang sesuai dengan merek atau industri, dan pastikan untuk menyesuaikannya agar sesuai dengan kebutuhan.
- b. Gunakan Gambar Berkualitas Tinggi: Gunakan gambar berkualitas tinggi yang relevan dengan konten untuk meningkatkan profesionalisme dan daya tarik visual situs web.

- c. Tetap Sederhana: Hindari penambahan terlalu banyak elemen atau informasi yang dapat membuat situs web terlihat berantakan atau membingungkan pengunjung.
- d. 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* merekadengan mudah dan cepat. Platform ini sangat cocok untuk yang pemula dan belum memiliki kemampuan coding, karena *Wix* sangat mudah untukdigunakan dan dipelajari. Sejak awal, *Website* ini memang ditujukan untuk orang awamyang ingin membuat *Website* tapi tidak mengerti bagaimana caranya

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

d. *Site design*

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

e. *Add Apps*

Tindakan menambahkan aplikasi atau fitur tambahan ke situs web Anda menggunakan *Wix App Market*. *Wix App Market* adalah toko aplikasi yang

menyediakan berbagai macam aplikasi dan widget yang dapat meningkatkan fungsionalitas situs Anda.

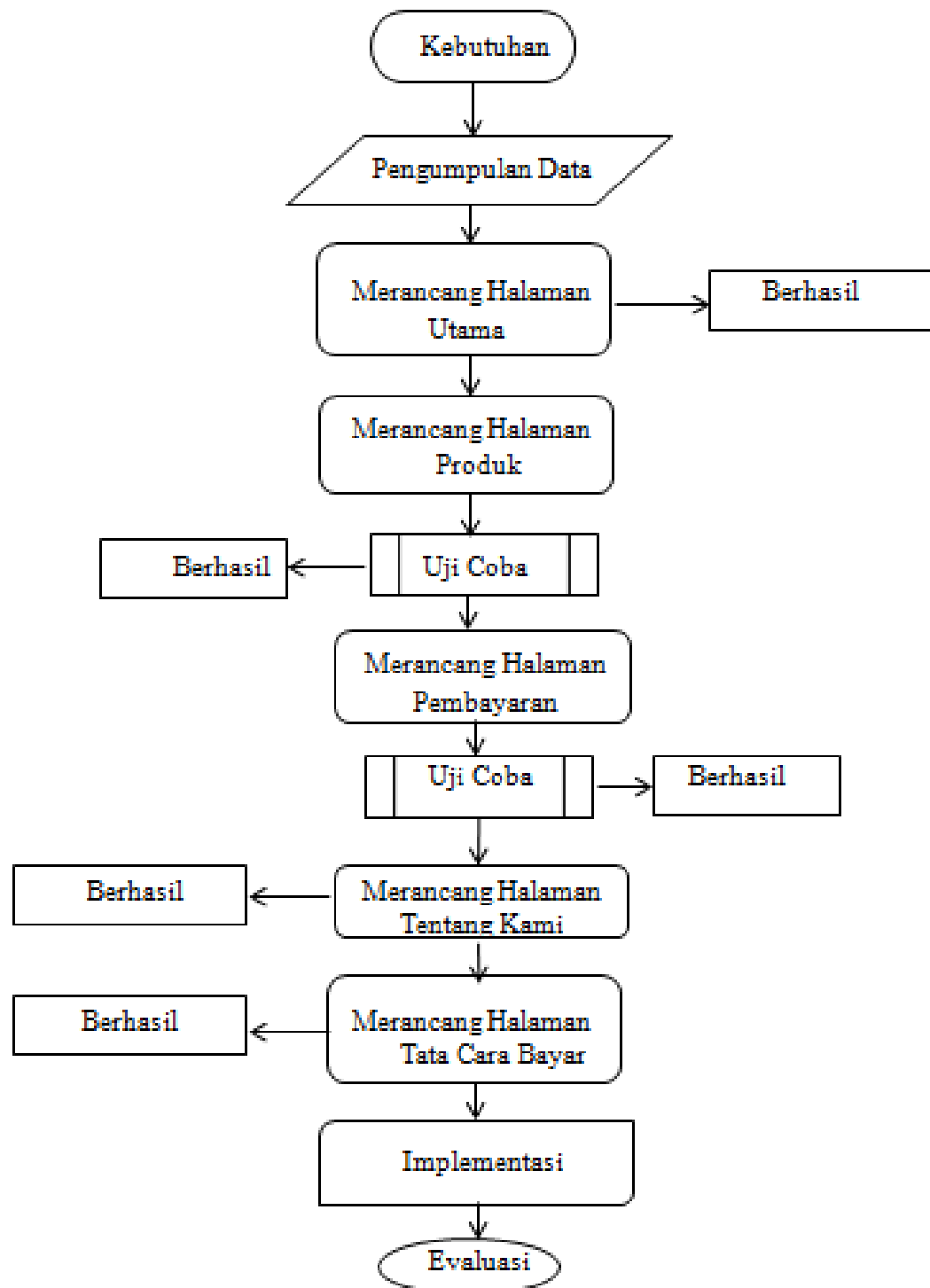
f. My Business

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 Anda tambahkan ke situs web Anda untuk meningkatkan daya tariknya. Ini mencakup gambar, video, galeri gambar, dan elemen-elemen media lainnya.

2.6.2. Alur Flowchart Perancangan Website Wix



Alur flowchart ini berisikan langkah-langkah yang penulisan yang dilakukan dalam perancangan aplikasi *Website Wix*. Berikut ini adalah bagan alur flowchar prosedur penerapan *Website Wix* pada Toko Sembako Lin.

1. Kebutuhan

Kebutuhan tahap ini mencakup identifikasi kebutuhan Toko Sembako Lin terkait penjualan produk.

2. Pengumpulan Data

Selanjutnya, data yang relevan terkait dengan kebutuhan produk, deskripsi produk dan Harga produk

3. Merancang Halaman utama

Tahap ini merancang halaman utama yang berisi sedikit katalog produk dan Forms Kritik dan saran

4. Berhasil

Jika uji coba *Website Wix* Toko sembako Lin berjalan dengan sukses, tahap ini menandakan bahwa Halaman Utama telah berhasil dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.

5. Merancang Halaman Produk

Tahap ini merancang tampilan produk, deskripsi produk, Harga produk, varian produk dan kebijakan Toko

6. Uji coba

Pada tahap ini, *Website Wix* Toko Sembako Lin yang telah dirancang diuji coba. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa *Website* berfungsi dengan baik dan memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan sebelumnya.

7. Berhasil

Jika uji coba *Website Wix* Toko sembako Lin berjalan dengan sukses, tahap ini menandakan bahwa Halaman Produk telah berhasil dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.

8. Merancang Halaman Pembayaran

Tahap ini merancang halaman pembayaran yang langsung terhubung ke *Whatsapp*

9. Uji coba

Pada tahap ini, *Website Wix* Toko Sembako Lin Halaman Pembayaran yang telah dirancang diuji coba. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa *Website* berfungsi dengan baik dan memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan sebelumnya.

10. Berhasil

Jika uji coba *Website Wix* Toko sembako Lin berjalan dengan sukses, tahap ini menandakan bahwa Halaman Pembayaran telah berhasil dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.

11. Merancang Halaman Tentang Kami

Tahap ini melibatkan merancang Sejarah Toko, Sosial Media, dan Lokasi Toko.

12. Berhasil

Jika uji coba *Website Wix* Toko sembako Lin berjalan dengan sukses, tahap ini menandakan bahwa Halaman Tentang Kami telah berhasil dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.

13. Merancang Halaman Tata Cara Bayar

Tahap ini merancang langkah-langkah pemesanan dan pembayaran.

14. Berhasil

Jika uji coba *Website Wix* Toko sembako Lin berjalan dengan sukses, tahap ini menandakan bahwa Halaman Tata Cara Pembayaran telah berhasil dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.

15. Implementasi

Tahap ini melibatkan penerapan *Website Wix* yang telah dirancang dan diuji proses ini mencakup pengaturan fisik produk, sesuai dengan struktur yang telah ditentukan dan penerapan penjualan.

16. Evaluasi

Tahap ini melibatkan evaluasi secara teratur terhadap *Website Wix* yang telah diimplementasikan. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa *Website* tetap efektif, efisien, dan memenuhi kebutuhan yang ada.

