

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Promosi adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Promosi adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Oleh karena itu, promosi sangat berperan dalam meningkatkan laba dari perusahaan. Promosi sering digambarkan sebagai seni dalam menjual produk atau menawarkan jasa.

Kegiatan promosi bisa dilakukan dengan banyak cara, yaitu dengan menggunakan media-media seperti media sosial, media website, media elektronik, dan media cetak. Kegiatan promosi akan dapat berjalan efektif dan lancar jika kegiatan promosi menggunakan seluruh dari media promosi tersebut. Salah satu alat komunikasi untuk menunjang promosi perusahaan yaitu dengan menggunakan media iklan. Media iklan merupakan suatu kegiatan promosi yang mempunyai pengaruh kuat terhadap pembentukan sikap konsumen atas produk yang ditawarkan. Periklanan merupakan sarana komunikasi dalam perdagangan yang dapat menarik banyak calon pembeli dengan biaya relative rendah dan waktu yang lebih singkat.

Iklan merupakan salah satu bagian dari media promosi, sehingga dalam setiap perusahaan pasti membutuhkan bagian periklanan. Iklan adalah segala bentuk presentasi non pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar. Iklan dapat merupakan cara yang

berbiaya efektif guna menyebarkan pesan, entah untuk membangun preferensi merek atau untuk mendidik orang. Iklan memiliki beberapa tujuan, diantaranya untuk menciptakan kesadaran dan pengetahuan konsumen tentang produk baru atau ciri baru produk yang sudah ada, merangsang pembeli produk dan jasa untuk membeli kembali, serta untuk menciptakan kesukaan, preferensi, keyakinan, dan pembelian suatu produk atau jasa.

Media iklan ada beberapa jenis, yaitu: Media iklan cetak, media iklan elektronik dan media iklan internet. Media iklan cetak adalah media iklan yang bersifat statis karena berisikan foto-foto dan lukisan-lukisan yang ditangkap oleh para jurnalis dan diubah kedalam kata-kata yang menarik untuk dibaca. Media iklan elektronik adalah media iklan yang disampaikan melalui pesan di Televisi dan Radio, pada umumnya media iklan ini bersifat dinamis. Media iklan internet adalah media iklan yang baru populer pada abad 21. Media iklan internet bisa melampaui kemampuan dari kedua media iklan sebelumnya karena media iklan melalui internet lebih praktis dan efisien.

PT ANS Holiday adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa. PT ANS Holiday ini berada di Jalan Mayor Ruslan, Sekip, Palembang. Perusahaan ini telah berdiri selama 4 tahun, yaitu semenjak 21 Februari 2011 dan masih aktif sampai sekarang. Perusahaan tersebut dimiliki oleh Andrian dan Steven. Perusahaan tersebut awalnya perusahaan *franchise* tetapi sekarang sudah tidak memiliki hubungan lagi dengan perusahaan induk. PT ANS Holiday sekarang sudah memiliki lima pekerja yang sistem kerjanya ialah 2 shift, shift yang pertama bekerja dari jam 09:00-16:30 WIB dan shift malam dimulai dari pukul 16:30-21:30 WIB.

Dalam proses periklanannya perusahaan tersebut telah menggunakan media iklan seperti: brosur, ikut pameran dan radio. Brosur digunakan pada saat awal berdirinya PT ANS Holiday sampai dengan sekarang namun tidak terlalu sering digunakan. Mengikuti pameran sudah jarang dilakukan karena perusahaan jarang membuat anggaran untuk mengikuti pameran sedangkan media iklan menggunakan radio hanya sesekali dilakukan karena sudah

sedikit orang yang mendengarkan radio. Berikut adalah data penjualan PT ANS Holiday 3 tahun terakhir.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan ANS Holiday tahun 2012-2014**

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b>Penjualan</b>
1.	2012	1278
2.	2013	1150
3.	2014	987
	<b>Total Penjualan</b>	<b>3415</b>

Sumber: PT ANS Holiday Travel Palembang, 2015

Berdasarkan pada data penjualan diatas, penjualan yang terjadi pada perusahaan tersebut terus mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Ini dikarenakan perusahaan hanya menggunakan media iklan yang sama dari awal berdiri sampai sekarang.

Penggunaan brosur dirasa sudah tidak efektif dikarenakan masyarakat hanya membaca brosur hanya sekali saja dan tidak dipahami secara sempurna makna dan isi dari brosur tersebut sehingga penggunaan brosur mulai tidak efektif jika dibandingkan dengan zaman sekarang yang sudah canggih dengan penggunaan media internet sebagai media untuk mengiklankan dan memasarkan suatu produk atau jasa.

Kendala yang akan dihadapi oleh perusahaan PT ANS Holiday, dengan terus berkurangnya volume penjualan setiap tahunnya adalah omzet pendapatan yang diterima oleh perusahaan pastinya akan berkurang juga sehingga akan menghambat kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik mengangkat judul laporan akhir ini adalah “Penggunaan Brosur sebagai Media Iklan dalam Meningkatkan Penjualan pada PT A&S Holiday Travel Palembang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan dibahas di dalam laporan akhir ini yaitu: “Bagaimana Penggunaan Brosur sebagai Media Iklan dalam Meningkatkan Penjualan pada PT A&S Holiday Travel Palembang?”

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Dikarenakan banyak sekali sistem dan usaha pemasaran yang dapat digunakan oleh suatu usaha, maka penulis akan membahas:

1. Penggunaan media brosur sebagai media iklan yang digunakan oleh perusahaan PT A&S Holiday telah efektif
2. Usaha-usaha apa yang harus dilakukan oleh perusahaan agar penggunaan brosur menjadi lebih efektif

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan dalam penulisan laporan akhir ini tujuan utama yang hendak dicapai oleh penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan media brosur sebagai media iklan yang digunakan oleh perusahaan PT A&S Holiday telah efektif ?
2. Usaha-usaha apa yang harus dilakukan oleh perusahaan agar penggunaan brosur menjadi lebih efektif

### **1.4.2 Manfaat Penulisan**

Adapun manfaat yang bisa di dapat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi Penulis
  - a. Mengetahui secara keseluruhan keadaan yang terjadi dari usaha jasa tour dan travel saat ini
  - b. Menjadi bahan refrensi yang cukup bermanfaat jika menginginkan membuka usaha tour dan travel di masa yang akan datang.

2. Manfaat bagi Perusahaan
  - a. Mengetahui peluang pemasaran seperti apa yang paling diminati oleh para konsumen saat ini.
  - b. Mengetahui langkah apa yang paling tepat untuk meningkatkan laba perusahaan saat ini dan dimasa yang akan datang.
3. Manfaat bagi Pembaca
  - a. Menjadi referensi bagi pembaca untuk melakukan penelitian yang sama mengenai usaha tour dan travel.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian laporan akhir ini dilakukan penulis dengan melaksanakan penelitian pada PT A&S Holiday Travel Palembang yang berlokasi di Jalan Mayor Ruslan, Sekip, Palembang. Sesuai dengan data yang penulis peroleh maka pembahasan dalam laporan ini dibatasi pada faktor-faktor yang menghambat dari penjualan menggunakan brosur dan usaha-usaha apa saja yang dapat diterapkan oleh perusahaan sehingga omzet perusahaan dapat meningkat seperti pada saat awal perusahaan tersebut berdiri.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Menurut Yusi dan Idris (2009:103), cara memperoleh data atau informasi terbagi menjadi dua yaitu:

#### **1. Data Primer**

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.

#### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dalam penulisan laporan ini. Metode-metode tersebut antara lain:

#### 1. Penelitian Lapangan

##### A. Wawancara

Penulis melakukan dialog atau tanya jawab langsung dengan pemilik atau para karyawan yang diberikan wewenang untuk memberikan data dan informasi tentang penggunaan promosi-promosi pada PT A&S Holiday Travel Palembang.

##### B. Dokumentasi

Data yang didapati penulis dari catatan-catatan tertulis perusahaan guna melengkapi penulis laporan akhir ini.

#### 2. Studi Kepustakaan

Metode ini digunakan oleh penulis untuk mengambil data yang sifatnya sekunder, misalnya membaca dan mempelajari buku-buku literature yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

### 1.6 Analisis Data

Adapun metode yang digunakan penulis untuk menganalisis data yang diperoleh dari perusahaan tersebut yaitu metode analisis yang bersifat deskriptif kualitatif. Dimana data-data yang diterima tidak dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga tidak dapat diukur. Melainkan dianalisis dengan mengacu pada teori-teori manajemen pemasaran yang berhubungan dengan masalah promosi yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan omzet penjualan yang akan dibahas.

Analisis data kualitatif dibagi menjadi 3 jenis, yaitu:

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data, pada tahap ini dilakukan pemilihan tentang relevannya antara data dengan tujuan penelitian. Informasi dari lapangan sebagai

bahan mentah diringkas, disusun lebih sistematis, serta ditonjolkan pokok-pokok yang penting sehingga lebih mudah dikendalikan.

## 2. Display Data

Untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap sub pokok permasalahan sehingga untuk memudahkan memperoleh kesimpulan dari lapangan, maka dibuat matrik atau bagan.

## 3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data

Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan atau perbedaan.