

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi yang memiliki banyak keanekaragaman budaya salah satunya yaitu kerajinan tangan. Menurut Hakim (2012:1), kerajinan tangan yang ada di Sumatera Selatan beraneka ragam seperti kain songket, kain jumputan, kain blongsong dan kain tajung. Salah satu kerajinan tangan yang terkenal yaitu kain songket.

Songket merupakan kain khas Palembang yang terkenal sejak zaman dahulu. Songket terbuat dari benang sutra yang ditenun dengan benang mas. Songket memiliki berbagai macam motif seperti lepus, bungo cino, bungo inten, tigo negeri, pulir, limar berantai, nago besaung dan nampan emas. Songket biasanya dipakai oleh masyarakat khususnya masyarakat Palembang untuk acara adat seperti pernikahan, khitanan, tari penyambutan orang ternama dan lain-lain.

Meskipun kerajinan songket terkenal di Palembang akan tetapi tidak semua daerah di Palembang dapat memproduksi kerajinan songket, karena untuk membuat kerajinan songket masyarakat harus memiliki keahlian untuk menghasilkan songket yang berkualitas. Daerah di Palembang yang terkenal akan kerajinan songket nya yaitu di daerah Suro tepatnya di jalan Talang Kerangga No. 73 RT. 19 Kelurahan 30 Ilir Kecamatan Ilir Barat II Palembang.

Songket sampai saat ini masih terus di kembangkan di daerah tersebut, tetapi karena harus memiliki modal yang besar dalam proses produksi dan pemasaran dari songket itu maka banyak masyarakat yang memiliki keahlian menenun songket tidak dapat menyalurkan keahliannya. Melihat peluang tersebut, maka dibuatlah sebuah wadah yang dapat menampung masyarakat untuk menyalurkan keahliannya tersebut yaitu Koperasi.

Koperasi sebagai badan usaha harus mampu mengembangkan usaha dan kelembagaan serta meningkatkan kesejahteraan anggota. Umumnya koperasi dikendalikan secara bersama oleh seluruh anggotanya. Setiap anggota memiliki hak suara yang sama dalam setiap keputusan yang diambil koperasi. Pembagian keuntungan koperasi (SHU) biasanya dihitung berdasarkan andil anggota tersebut dalam koperasi.

Koperasi Songket Palembang (Kopsop) merupakan badan usaha milik para anggota yang terdiri dari pengrajin kain khas Palembang berupa kain songket dan berbagai souvenir. Koperasi Songket Palembang (Kopsop) memiliki 68 anggota yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga dan para remaja yang berasal dari berbagai daerah di Sumatera Selatan. Berdasarkan data Industri Kecil Songket dan Tenun Kota Palembang yang bersumber dari Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kota Palembang, terdapat 137 pengusaha kerajinan songket Palembang. Mengetahui banyaknya pengusaha kerajinan songket diatas tentunya akan berpengaruh terhadap persaingan yang tinggi, maka dari itu pengusaha hendaknya dapat menentukan strategi promosi yang tepat untuk usahanya. Promosi yang tepat dapat membantu dalam menawarkan, memperkenalkan dan membentuk citra serta mempertahankan usaha yang dijalankan mengingat banyaknya pesaing yang ada saat ini. Selain itu juga promosi yang tepat dapat menarik minat konsumen untuk membeli.

Untuk dapat menarik konsumen melakukan pembelian, maka suatu usaha harus dapat menentukan kegiatan-kegiatan promosi yang tepat dan sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi serta dapat memicu keinginan untuk lebih baik kedepannya. Biasanya konsumen akan mencari informasi terlebih dahulu sebelum mereka memilih suatu produk atau jasa. Informasi tersebut didapat dari promosi yang dilakukan oleh perusahaan itu sendiri. Promosi ini merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang terdiri dari beberapa variabel seperti periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publisitas, dimana biasa disebut *promotional mix* atau bauran

promosi yang direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan perusahaan.

Selama ini Koperasi Songket Palembang (Kopsop) telah melakukan promosi dengan mengandalkan papan nama perusahaan, kartu nama dan ikut berpartisipasi dalam pameran yang diadakan di wilayah Palembang. Koperasi Songket Palembang (Kopsop) selalu berusaha untuk menjaga kelangsungan hidup usahanya. Salah satu caranya yaitu Koperasi Songket Palembang (Kopsop) harus dapat menarik perhatian konsumen dengan menerapkan bauran promosi yang sesuai dengan kebutuhan. Bila suatu usaha ingin agar produknya bisa bersaing di pasaran, maka kegiatan pemasaran salah satunya adalah kegiatan promosi harus dilaksanakan sebaik mungkin.

Koperasi Songket Palembang (Kopsop) dalam menjalankan usahanya tentu saja menghadapi beberapa kendala salah satunya yaitu penurunan penjualan, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Target dan Realisasi Penjualan**  
**Koperasi Songket Palembang (Kopsop)**  
**Tahun 2011-2014**

Tahun Bulan	2011		2012		2013		2014	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi
Januari	5	2	4	2	4	2	4	2
Februari	5	3	4	2	4	1	4	2
Maret	5	3	4	3	4	2	4	2
April	5	2	4	3	4	3	4	3
Mei	5	1	4	1	4	2	4	2
Juni	35	17	21	18	21	18	21	17
Juli	35	17	21	18	21	18	21	17
Agustus	35	19	21	17	21	18	21	18
September	5	3	4	4	4	4	4	3
Oktober	5	2	4	3	4	3	4	3
November	5	3	4	3	4	3	4	2
Desember	5	3	5	2	5	2	5	2
<b>JUMLAH</b>	<b>150</b>	<b>75</b>	<b>100</b>	<b>76</b>	<b>100</b>	<b>76</b>	<b>100</b>	<b>73</b>

*Sumber: Koperasi Songket Palembang (Kopsop), 2015*

Dilihat dari data target dan realisasi penjualan Koperasi Songket Palembang (Kopsop) dari tahun 2011-2014, penurunan target penjualan Koperasi Songket Palembang (Kopsop) disebabkan oleh kurangnya kegiatan bauran promosi yang telah dilakukan oleh Koperasi Songket Palembang (Kopsop).

Berdasarkan latar belakang diatas dan mengingat akan pentingnya kegiatan promosi yang dilakukan Koperasi Songket Palembang (Kopsop) agar meningkatkan volume penjualannya, maka penulis tertarik untuk melakukan penulisan laporan akhir dengan mengambil judul **“Tinjauan Terhadap Penerapan Bauran Promosi pada Koperasi Songket Palembang (Kopsop)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari berbagai penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang diatas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana usaha-usaha dalam penerapan bauran promosi yang baik pada Koperasi Songket Palembang (Kopsop)?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar tidak terjadi penyimpangan dalam membahas permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas yaitu bauran promosi yang diterapkan Koperasi Songket Palembang (Kopsop) dan usaha-usaha yang baik yang dilakukan oleh Koperasi Songket Palembang (Kopsop) dalam menerapkan bauran promosi.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah bauran promosi yang diterapkan oleh Koperasi Songket Palembang (Kopsop) sudah baik.
2. Untuk mengetahui usaha-usaha dalam memperbaiki penerapan bauran promosi yang baik yang dilakukan pada Koperasi Songket Palembang (Kopsop).

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang pemasaran serta dapat menerapkan ilmu yang didapat sesuai dengan studi manajemen pemasaran.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif untuk melakukan perbaikan di bidang promosi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan membantu pengembangan perusahaan.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian di Koperasi Songket Palembang (Kopsop) di Jalan Talang Kerangga No. 73 RT. 19 Kelurahan 30 Ilir Kecamatan Ilir Barat II Palembang mengenai bauran promosi pada Koperasi Songket Palembang (Kopsop).

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

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

Pada penulisan ini, data primer yang penulis peroleh didapat secara langsung dari pengurus Koperasi Songket Palembang (Kopsop) melalui wawancara berupa tanya jawab langsung untuk mendapatkan informasi yang penulis perlukan dalam penulisan Laporan Akhir ini.

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

Adapun data sekunder yang penulis peroleh meliputi data mengenai data penjualan pada 4 tahun terakhir, data target dan realisasi penjualan serta data industri kecil songket dan tenun Kota Palembang.

### **1.5.3 Teknik Pengumpulan Data**

Pada penulisan penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, metode-metode tersebut diantaranya:

#### **1. Riset Lapangan (*Field Research*)**

Yaitu mengumpulkan data dengan cara melakukan penelitian langsung pada perusahaan. Dalam hal ini penulis melakukan metode riset lapangan sebagai berikut:

##### **a. Wawancara**

Kegiatan wawancara berupa tanya jawab langsung yang penulis lakukan dengan pengurus Koperasi Songket

Palembang (Kopsop). Wawancara yang dilakukan oleh penulis guna mendapatkan data primer berupa informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan bauran promosi yang digunakan Koperasi Songket Palembang (Kopsop) saat ini.

## 2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Riset Kepustakaan merupakan kegiatan dalam mencari referensi atau memperoleh sumber-sumber data dengan cara mempelajari beberapa literatur seperti buku-buku dan jurnal-jurnal ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **1.5.4 Analisis Data**

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan penulis bersifat kualitatif. Menurut Sugiyono (2008:15) data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar. Metode ini digunakan penulis untuk menjelaskan pembahasan mengenai bauran promosi yang diterapkan oleh Koperasi Songket Palembang (Kopsop) dan usaha-usaha yang baik yang dilakukan oleh Koperasi Songket Palembang (Kopsop) dalam menerapkan bauran promosi.