

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Di era globalisasi sekarang ini, negara-negara maju maupun negara yang sedang berkembang mempunyai perencanaan tersendiri dalam pembangunan negaranya. Begitu juga dengan negara Indonesia yang merupakan salah satu negara berkembang, terlihat beragam persaingan dunia usaha yang tidak terelakkan, sistem ekonomi pasar di masa ini semakin gencar seiring pertumbuhan perekonomian bangsa Indonesia.

Beragam usaha dilakukan antar perusahaan dalam menjaring konsumen secara kompetitif baik secara sehat maupun persaingan yang secara terang-terangan saling menjatuhkan antar perusahaan-perusahaan pesaingnya, karena memang pada prinsipnya perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba yang semaksimal mungkin demi kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Akan tetapi, tetap saja dalam situasi seperti ini perusahaan diharapkan dapat berkompetisi secara baik dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Maka, disinilah peranan pemasaran dibutuhkan, bagaimana cara perusahaan agar dapat bersaing dan juga mampu mempertahankan produknya dipasaran.

Pada dasarnya kegiatan pemasaran bertitik tolak dari adanya kebutuhan manusia. Salah satu dari kegiatan pemasaran yaitu kegiatan promosi. Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan. Perusahaan yang melakukan kegiatan promosi dapat memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas, oleh karena itu promosi harus dibuat secara kreatif dan lebih menarik, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat dan kemudian mereka tertarik untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Manusia dalam kehidupannya

mempunyai kebutuhan-kebutuhan yang paling pokok yaitu kebutuhan makanan, pakaian dan perumahan yang mau tidak mau harus dipenuhi. Keinginan tersebut adalah sebagai alat pemuas kebutuhan pokok khususnya kebutuhan makanan.

Rumah Makan Pagi Sore dalam memasarkan produknya, hanya mengandalkan papan nama, dan kartu nama pemilik perusahaan. Selain itu, dalam mempromosikan produknya, Rumah Makan Pagi Sore Basuki Rahmat Palembang tersebut hanya secara berkala mempromosikan produknya melalui media cetak yaitu koran dan media elektronik yaitu radio di Palembang. Keuntungan yang diperoleh dalam menggunakan promosi ini adalah produk atau masakan yang baru akan diketahui konsumen tanpa harus datang ke Rumah Makan Pagi Sore Palembang terlebih dahulu.

Di samping keuntungan di atas, penggunaan promosi melalui media cetak dan media elektronik juga memiliki kekurangan, kekurangannya yaitu kurang diketahui masyarakat luas, terutama masyarakat yang senang berwisata kuliner dengan mencoba menu baru, dan jangka waktu untuk melakukan iklan sangat terbatas dan juga dilakukan secara berkala, hanya dilakukan saat ada menu baru.

Dikarenakan adanya keterbatasan rumah makan dalam mempromosikan produknya, maka hal ini menyebabkan penjualan dari perusahaan belum mencapai target penjualan dalam 3 kali periode terakhir, kendati telah terjadi penurunan tingkat penjualan dari tahun ke tahun. Hal ini jelas akan mempengaruhi hidup perusahaan dan harus dicarikan jalan keluarnya, supaya omset penjualan dapat ditingkatkan lagi.

Berdasarkan uraian diatas, mengingat pentingnya promosi dalam usaha meningkatkan penjualan maka hal inilah yang melatar belakangi penulis untuk mengambil judul **Tinjauan Terhadap Penggunaan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rumah Makan Pagi Sore Basuki Rahmat Palembang**

1.2 Perumusan Masalah

Dari data-data yang ada pada Rumah Makan Pagi Sore Basuki Rahmat Palembang, penulis menemukan permasalahan pada bidang pemasarannya, yaitu “Bagaimana promosi yang dilakukan oleh pihak Rumah Makan Pagi Sore Palembang dalam meningkatkan volume penjualan.”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas yaitu mengenai promosi.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

Berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas, maka yang menjadi tujuan serta manfaat dari penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan

- a. Untuk mengetahui sejauh mana usaha Rumah Makan Pagi Sore Basuki Rahmat Palembang memanfaatkan sarana promosi dalam rangka mempertahankan pangsa pasar yang telah ada.
- b. Untuk mengetahui apa yang paling efektif dalam meningkatkan volume penjualan Rumah Makan Pagi Sore Basuki Rahmat Palembang.

1.4.2 Manfaat

- a. Bagi pihak Rumah Makan Pagi Sore Basuki Rahmat Palembang, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan mengenai permasalahan pemasaran dalam penggunaan promosi yang efektif dalam meningkatkan volume penjualan.
- b. Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai ilmu Manajemen Pemasaran, khususnya dalam hal promosi dan kelak dapat membantu penulis menerapkannya dalam kegiatan dunia usaha yang sebenarnya.

1.5. METODOLOGI PENELITIAN

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada tingkat penelitian pada tinjauan terhadap penggunaan promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada Rumah Makan Pagi Sore Basuki Rahmat Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang penulis gunakan dalam penulisan laporan akhir ini, adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer didapat melalui wawancara langsung dengan manager dan para karyawan Rumah Makan Pagi Sore Basuki Rahmat Palembang yang diberikan wewenang untuk memberikan data yang diperlukan, sehingga diperoleh hasil/gambaran yang jelas mengenai perusahaan tersebut.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh adalah data volume penjualan, data realisasi penjualan, dan data target penjualan.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

1. Riset Lapangan

a. Wawancara

Disini penulis akan melakukan wawancara langsung dengan Manager untuk mengetahui bagaimana proses promosi seperti data-data tentang cara-cara melakukan promosi. Penulis juga akan melakukan wawancara dengan Manager Rumah Makan Pagi Sore Basuki Rahmat Palembang untuk mengetahui kondisi Rumah Makan Pagi Sore Basuki Rahmat Palembang seperti, sejarah singkat Rumah Makan Pagi Sore Basuki Rahmat Palembang, struktur organisasi, dan pembagian tugas karyawan.

2. Riset Kepustakaan

Disini penulis melakukan riset kepustakaan dengan cara mengumpulkan data berupa teori-teori yang relevan dengan pembahasan permasalahan sehingga diperoleh pengetahuan secara teoristis mengenai masalah yang akan dibahas. Landasan teori tersebut diperoleh dengan membaca literatur, artikel-artikel, majalah-majalah, dan sumber ilmu pengetahuan lainnya.

1.5.4 Metode Analisis

Adapun metode yang digunakan penulis untuk menganalisis data yang diperoleh dari perusahaan tersebut yaitu metode analisis yang bersifat kualitatif deskriptif. Dimana data yang diperoleh, dianalisa dengan mengacu pada teori-teori manajemen yang berhubungan dengan masalah promosi yang efektif dilakukan perusahaan dalam pencapaian target penjualan yang diinginkan.