BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Pertumbuhan perekonomian di era globalisasi yang cepat membuat persaingan dunia usaha semakin ketat. Setiap perusahaan tentu mempunyai strategi tersendiri agar dapat tetap bertahan dan berkembang untuk menghadapi persaingan dan mencapai target penjualan. Untuk dapat mempertahankan dan mencapai target penjualan dibutuhkan ketepatan penggunaan strategi dalam memperkenalkan produk, dalam hal ini menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran tersebut terbagi menjadi empat unsur yaitu, strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran/distribusi, dan strategi promosi (Assauri, 2013:198).

Promosi merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*), disamping dari strategi produk, harga jual, dan distribusi. Dengan melakukan kegiatan promosi, maka perusahaan dapat berkomunikasi secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen untuk memperkenalkan, mempengaruhi dan menarik minat konsumen sehingga terjadi transaksi. Selain konsumen dapat menggunakan atau mengonsumsi produk yang ditawarkan, transaksi yang dimaksud sebelumnya termasuk sebagai sebuah proses untuk mencapai target penjualan. Suatu perusahaan yang menyadari tingginya tingkat persaingan pasti akan melakukan dan menjalankan strategi guna meningkatkan volume penjualan. Promosi mengambil peranan penting dalam mencapai peningkatan volume penjualan karena meskipun produk yang ditawarkan sudah bagus dan harga terjangkau, tetapi apabila tidak didukung dengan promosi yang baik, maka produk tersebut sulit untuk mencapai target penjualan.

Palembang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Selatan dikenal sebagai kota pempek. Pempek Palembang yang terbuat dari adonan daging ikan cincang atau giling, tepung, dan bumbu, kemudian direbus banyak disukai oleh masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari makanan khas itu sendiri yang diminati warga setempat maupun para pendatang, termasuk turis domestik dan mancanegara. Mudahnya

ditemui usaha pempek di kota Palembang dengan jenis dan harga yang bervariasi membuka peluang usaha yang besar bagi para produsen makanan untuk meraih keuntungan. Agar tidak kalah bersaing, pihak produsen tidak hanya dapat berfokus pada kualitas makanan saja namun juga upaya agar semakin banyak masyarakat mengetahui keberadaan produk sehingga pencapaian target penjualan terus meningkat, yaitu dengan melakukan kegiatan promosi.

Pempek Glory Palembang adalah salah satu contoh usaha yang memproduksi pempek khas Palembang dengan barang dagang utama pempek, tekwan, model, kemplang dan kerupuk. Usaha Pempek Glory ini terletak di Jalan Kapten Anwar Sastro Lorong Kulit No. 1434 (Belakang Kantor Gubernur) Palembang dan dikelola oleh bapak Antonius Sunario. Pempek Glory mulai beroperasi dari pukul 09.30 WIB hingga pukul 21.00 WIB dengan jumlah pegawai sebanyak 10 orang dengan pembagian 4 orang pada bagian penjualan, dan 6 orang pada bagian produksi. Pempek Glory ini tidak mempunyai cabang seperti usaha pempek lainnya.

Pempek ini dapat dibeli satuan maupun dalam bentuk paket. Berbagai jenis pempek yang ditawarkan oleh Pempek Glory dengan kisaran harga yang dapat dijangkau oleh para konsumen yaitu pempek berukuran kecil dengan harga Rp 2.500,00 sampai dengan Rp 3.000,00 dan pempek berukuran besar dengan harga Rp 12.500,00 sampai dengan Rp 15.000,00 per potongnya.

Berdasarkan hasil wawancara kepada pengelola Pempek Glory yaitu bapak Antonius Sunario, upaya yang dilakukan dalam memasarkan produknya ialah dengan mengandalkan papan nama yang ada di depan tempat usahanya. Selain itu, juga melalui media cetak dan media internet. Brosur merupakan salah satu cara Pempek Glory melakukan promosi melalui media cetak yang dilakukan sejak terjadinya penurunan drastis pada tahun 2013. Brosur dilakukan dengan cara melakukan kerja sama kepada pihak Hotel Swarna Dwipa di Jalan Merdeka, Hotel Sandjaja di Jalan Kapten A. Rivai, Hotel Royal Asia di Jalan Veteran, dan Hotel Anugerah di Jalan Jenderal Sudirman untuk dibagikan kepada tamu yang ingin menginap. Selain kerja sama dengan pihak hotel, brosur juga sering diselipkan

dalam paket pempek yang dipesan dan selebihnya diletakkan di depan kasir usaha ini.

Promosi melalui media internet yaitu *Blackberry Messenger*, *Line*, dan *WhatsApp*. Promosi yang dilakukan dalam aplikasi *Blackberry Messenger* yaitu sesekali dilakukan pesan siaran yang lebih dikenal dengan *Broadcast Messenger*. Pesan siaran itu bukan hanya berisikan semua harga pempek yang dijual oleh Pempek Glory, baik itu harga satuan maupun harga paket, tetapi juga memberikan tips menyajikan pempek dan cuka yang benar. Aplikasi *Blackberry Messenger*, *Line*, dan *WhatsApp* digunakan oleh pihak Pempek Glory untuk mempermudah pelanggan atau calon konsumen untuk pemesanan atau info lebih lanjut mengenai produk yang dijual.

Selain dari tiga media internet yang disebutkan, Pempek Glory juga pernah melakukan promosi melalui *Facebook* bernama Pempek Meihwa Glory dengan cara memposting foto yang berkaitan dengan produknya, ataupun informasi sedang berlangsung pempek tambahan secara gratis seperti beli sepuluh pempek dapat dua pempek, baik itu pempek kecil maupun pempek kapal selam.

Dengan penggunaan media promosi yang telah diuraikan di atas, diharapkan produk pempek yang dihasilkan akan dikenal oleh masyarakat luas dan membangun merek yang baik dalam benak konsumen serta dapat menarik minat beli konsumen atau calon pembeli sehingga tercapailah target penjualan. Berikut target penjualan yang diharapkan oleh Pempek Glory.

Pada tahun 2010 target penjualan sebesar Rp 195.000.000,00 dan realisasi penjualan sebesar Rp 170.438.000,00 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp 110.334.000,00, sedangkan pada tahun 2011 target penjualan sebesar Rp 198.000.000,00 dan realisasi penjualan sebesar Rp 178.665.000,00 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp 116.110.000,00 pada tahun 2012 target penjualan sebesar Rp 200.000.000,00 dengan realisasi penjualan meningkat menjadi Rp 207.550.000,00 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp 135.000.000,00, kemudian pada tahun 2013 target penjualan meningkat menjadi Rp 220.000.000,00 tetapi realisasi penjualan malah terjadi penurunan dari tahun sebelumnya menjadi Rp 155.690.000,00 dengan realisasi pendapatan sebesar

Rp 100.793.000,00, dan pada tahun 2014 target penjualan sebesar Rp 180.000.000 dengan realisasi penjualan sebesar Rp 166.825.000 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp 107.666.000,00, serta pada tahun 2015 target penjualan sebesar Rp 183.000.000 dengan realisasi penjualan sebesar Rp 170.700.000 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp 110.667.000,00. Dapat dilihat dari tahun ke tahun sebagian besar realisasi penjualan Pempek Glory semakin naik, meskipun tidak mencapai target penjualan.

Penurunan realisasi penjualan pada tahun 2013 dikarenakan pada tahun 2012 perusahaan mampu mencapai target penjualan sehingga membuat Bapak Antonius sejak Agustus 2012 untuk tidak menggunakan bantuan brosur lagi sebagai media promosi. Bantuan media promosi brosur baru dilakukan kembali pada September 2013 hingga sekarang. Salah satu cara untuk dapat meningkatkan realisasi penjualan Pempek Glory agar dapat mencapai target penjualan dengan meningkatkan lagi penggunaan media promosi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk membahas sejauh mana efektifitas media promosi yang digunakan Pempek Glory dengan memilih judul penulisan laporan akhir yaitu: **“Tinjauan terhadap Efektifitas Penggunaan Media Promosi dalam Mencapai Target Penjualan pada Pempek Glory Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalahnya yaitu “Bagaimana efektifitas penggunaan media promosi pada Pempek Glory Palembang”.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan mengenai efektifitas media-media promosi yang digunakan oleh Pempek Glory Palembang yaitu:

1. Media elektronik berupa internet;
2. Media cetak berupa brosur dan reklame luar ruang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas penggunaan media promosi Pempek Glory dalam mencapai target penjualan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian ini, yaitu:

a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi Pempek Glory mengenai bauran promosi yang dilakukan.

b. Bagi Penulis

Sebagai upaya untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam menerapkan teori-teori manajemen pemasaran mengenai promosi yang dilakukan pada pempek glory Palembang.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Pempek Glory Palembang yang beralamatkan di Jalan Kapten Anwar Sastro Lorong Kulit No. 1434 (Belakang Kantor Gubernur) Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan dikelompokkan menjadi:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung oleh pemilik data (Sugiyono, 2012:139).

Data primer dalam penyusunan laporan akhir ini didapatkan melalui wawancara langsung dengan pemilik Pempek Glory sehingga penulis mendapatkan data yang lengkap yang berhubungan dalam laporan akhir penulis. Dalam penelitian ini,

data primer yang dimaksud ialah target penjualan, realisasi penjualan, realisasi pendapatan, harga produk, jenis produk, dan jenis media promosi yang digunakan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari buku, literatur, dan dokumen perusahaan (Sugiyono, 2012:141).

Data sekunder yang didapat berupa struktur organisasi dan bahan bacaan lainnya yang berhubungan dengan pembahasan dalam bidang manajemen pemasaran dan keadaan umum perusahaan itu sendiri.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akan diperlukan dalam penulisan laporan akhir ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

a. Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan dilakukan dengan mendatangi langsung Pempek Glory Palembang untuk wawancara dengan pemilik guna mendapatkan informasi dan data-data yang diperlukan dalam penulisan laporan akhir.

b. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Metode ini diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami teori-teori yang ada di buku-buku dan bahan bacaan lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang ada. Hal ini digunakan untuk membandingkan teori yang ada, dengan data-data yang penulis peroleh dari Pempek Glory Palembang.

1.5.4 Analisa Data

Jenis metode yang digunakan dalam menganalisa data adalah menggunakan metode kualitatif deskriptif berupa uraian dengan menggunakan data-data yang telah dipublikasi, literatur-literatur maupun

berhubungan dengan masalah yang dihadapi Pempek Glory Palembang dalam hal promosi sehingga dapat diambil suatu kesimpulan untuk dijadikan masukan bagi Pempek Glory dalam melakukan promosi untuk mencapai target penjualan yang diinginkan.