

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Pada dasarnya tujuan utama setiap orang mendirikan suatu usaha/bisnis yaitu memperoleh laba semaksimal mungkin. Indikator suatu usaha/bisnis dapat dikatakan berhasil apabila usaha tersebut memperoleh laba sesuai dengan apa yang diharapkan. Dibalik keberhasilan suatu usaha dalam memperoleh laba sesuai yang diharapkan perusahaan, tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Pemasaran memiliki peranan penting dalam memperoleh dan juga mempertahankan suatu usaha, serta mendorong suatu perusahaan agar dapat berkembang dan maju.

Menurut Kotler (2001:111), Bauran pemasaran adalah perpaduan khusus antara iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk meraih tujuan iklan dan pemasarannya. Bauran pemasaran meliputi 4 P yakni produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*). Dari keempat unsur bauran pemasaran tersebut saling berkaitan satu sama lain dan memiliki peranan yang sama untuk menunjang tujuan suatu perusahaan. Dengan adanya bauran pemasaran, dapat meningkatkan volume penjualan dari produk yang dihasilkan sehingga menghasilkan laba yang sesuai dengan harapan perusahaan.

Salah satu unsur dari bauran pemasaran yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan volume penjualan dari produk yang dihasilkan sehingga adalah promosi. Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, dan meyakinkan (Mursid, 1997:95). Hal yang sama juga dikemukakan Nembah (2011:190), menyatakan bahwa bauran promosi campuran dari periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, dan hubungann masyarakat.

Salah satu kegiatan usaha yang menarik untuk dianalisis adalah Anggrek Souvenir dimana kegiatan industri rumah tangga mempunyai peluang yang cukup

besar dalam memperoleh keuntungan. Anggrek Souvenir merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan souvenir, undangan pernikahan dan hantaran untuk pernikahan. Usaha ini menjual lebih 200 jenis souvenir dengan berbagai bentuk, ukuran, dan warna yang berbeda. Karyawan yang bekerja dalam usaha ini sebanyak 20 orang. Adapun promosi yang diterapkan oleh Anggrek Souvenir antara lain, periklanan, personal selling, promosi penjualan dan informasi dari mulut ke mulut.

Untuk promosi dengan *personal selling* yang digunakan oleh Anggrek Souvenir yaitu dengan pembeli atau konsumen dapat langsung ke lokasi Usaha Anggrek Souvenir yang beralamat di Jalan Lunjuk Jaya No. 20 RT. 48 Bukit Besar Palembang, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Pembeli dapat memesan souvenir pernikahan, souvenir khitanan, souvenir marhabah/syukuran, hantaran untuk pernikahan. Bentuk promosi yang lain yaitu promosi penjualan dengan cara memberikan diskon apabila membeli dengan jumlah banyak, dan setiap souvenir dicantumkan nama/identitas perusahaan.

Promosi lain yang digunakan Anggrek Souvenir yaitu dengan cara promosi dari mulut ke mulut. Cara ini merupakan cara yang dilakukan pertama kali oleh usaha ini mengingat terbatasnya modal yang dimiliki serta belum memiliki biaya promosi. Bentuk promosi lain yang digunakan Anggrek Souvenir yaitu periklanan. Media periklanan yang digunakan oleh Anggrek Souvenir adalah dengan menggunakan kartu nama dan papan nama yang dipasang di depan lokasi perusahaan.

Lebih dari 200 jenis souvenir, penjualannya sangat beragam, ada yang mencapai target penjualan tetapi ada juga yang tidak mencapai target penjualan. Sejak tahun 2012 hingga 2016, hampir rata-rata penjualan souvenir mengalami penurunan, walaupun ada sebagian jenis souvenir telah mencapai target penjualan. Secara keseluruhan target dan realisasi penjualan souvenir, dan biaya promosi tersaji dalam Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Penjualan dan Biaya Promosi

Tahun	Target	Realisasi	Biaya Promosi
2012	46.000	47.382	Rp 500.000,-
2013	47.000	46.567	Rp 500.000,-
2014	47.000	47.695	Rp 500.000,-
2015	47.500	47.171	Rp 400.000,-
2016	47.000	46.632	Rp 450.000,-

Sumber: Anggrek Souvenir, 2017

Dari Tabel 1.1 menunjukkan bahwa adanya penurunan penjualan atau penjualan tidak mencapai target, dan biaya promosi dari tahun 2012 juga tidak mengalami peningkatan. Banyak faktor yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan, karena rendahnya biaya promosi dan terbatas atau tidak tepatnya promosi yang digunakan.

Penurunan tersebut disebabkan karena kurangnya kegiatan promosi, yang dilakukan oleh Anggrek Souvenir hanya sebatas periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan informasi dari mulut ke mulut saja. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk membahas tentang **“Penerapan Bauran Promosi pada Anggrek Souvenir”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas adalah “Bagaimana Penerapan Bauran Promosi Anggrek Souvenir?”.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar tidak terjadi penyimpangan dalam membahas permasalahan yang ada, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada laporan akhir

ini adalah empat variabel bauran promosi yang digunakan Anggrek Souvenir, yaitu:

1. Periklanan
2. *Personal Selling* (Penjualan Personal)
3. Promosi Penjualan
4. Informasi dari mulut ke mulut (*word to mouth*)

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan laporan akhir ini adalah untuk menganalisis penerapan bauran promosi yang dilakukan oleh Anggrek Souvenir.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penulisan laporan akhir ini adalah:

a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai bidang ilmu Manajemen Pemasaran, khususnya dalam hal bauran promosi (*Promotional Mix*) bagi pemilik Anggrek Souvenir

Dengan adanya laporan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi perusahaan mengenai bauran promosi (*Promotional Mix*) yang efektif dalam meningkatkan penjualan.

b. Bagi pembaca

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk melakukan pembuatan jenis laporan akhir yang serupa.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis memilih objek penelitian di Anggrek Souvenir di Jl. Lunjuk Jaya No. 20 RT. 48 Bukit Besar Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini yaitu:

a. Data Primer

Menurut Yusi dan Idris (2010:6), data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari objeknya, misalnya seseorang ingin mengetahui besarnya konsumsi masyarakat dengan cara melakukan wawancara langsung kepada penduduk setempat. Data primer dalam penyusunan laporan akhir ini penulis dapatkan melalui wawancara langsung dengan pemilik Anggrek Souvenir.

b. Data Sekunder

Menurut Yusi dan Idris (2010:7), data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk pemikiran. Data sekunder dalam penyusunan laporan akhir ini penulis dapatkan dari berbagai macam referensi seperti dari buku, jurnal-jurnal, internet dan hasil dari penelitian pihak lain yang telah dipublikasikan yang memiliki kaitan dengan penggunaan media promosi dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam laporan akhir ini yaitu:

a. Riset Lapangan (*Field Research*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengunjungi langsung tempat yang menjadi objek penelitian. Dalam hal ini penulis mendatangi secara langsung tempat usaha dan bertanya secara langsung ke Ibu Ridafi selaku pemilik usaha, mengenai masalah apa saja yang dihadapi, kebutuhan apa saja yang diinginkan serta menanyakan sejarah usaha, profil pemilik, barang-barang yang dijual dan diproduksi, harga barang, jumlah karyawan dan data-data lain yang diperlukan.

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam riset lapangan ini adalah:

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden (Yusi dan Idris, 2010:7). Dalam laporan akhir ini, penulis melakukan wawancara secara langsung dengan Ibu Ridafi selaku pemilik Anggrek Souvenir dan pegawai yang bekerja.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu data yang didapat penulis dari catatan-catatan atau bukti-bukti tertulis perusahaan guna melengkapi penulisan laporan akhir, sebagai contoh data mengenai produk dan harga produk perusahaan.

1.5.4 Teknik Analisis Data

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis akan mengolah data yang didapat dengan metode kualitatif. Menurut Yusi dan Umiyati (2009:102), data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Data kualitatif yang dilakukan dalam penulisan laporan akhir ini berupa observasi, wawancara serta riset ke perpustakaan. Metode kualitatif digunakan untuk mengumpulkan

data-data dari hasil wawancara serta menguraikan dengan data-data referensi baik literatur maupun buku-buku yang berhubungan dengan penulisan laporan akhir ini.