

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah perusahaan maupun organisasi untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan banyak faktor yang menjadi penentu keberhasilan perusahaan tersebut seperti modal usaha, sumber daya manusia, budaya perusahaan, kemampuan manajerial perusahaan serta penerapan strategi pemasaran yang tepat. Pemasaran adalah proses yang membentuk hubungan antara produsen dengan individu, atau grup untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (*need and want*), guna mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi melalui penciptaan produk yang berkualitas, (Soemanegara, 2008: 02).

Tujuan utamanya berdiri suatu perusahaan adalah untuk mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan dalam mencapai tujuan tersebut sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Banyaknya pesaing dalam usaha sejenis juga menjadi tantangan bagi perusahaan terutama dalam bidang pemasaran. Suatu usaha dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran.

Upaya menarik konsumen melakukan pembelian dapat menetapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi, serta dapat memicu keinginan untuk lebih baik kedepannya melalui bauran pemasaran salah satunya adalah promosi. Kegiatan promosi merupakan salah satu aktivitas pemasaran yang dilakukan perusahaan agar produk atau jasa lebih dikenal oleh calon pembeli atau konsumen.

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, masyarakat kini gemar mengadakan pesta perayaan ulang tahun, hari jadi, kelulusan, dan sebagainya. Kebutuhan masyarakat akan perlengkapan yang mendukung acara tersebut agar lebih meriah dan menarik semakin dibutuhkan serta dicari oleh masyarakat. Salah satu usaha yang semakin berkembang di masyarakat adalah usaha perlengkapan ulang tahun.

Usaha perlengkapan ulang tahun yang terdapat di kota Palembang begitu banyak. Beberapa usaha sejenis ada yang mengalami kerugian dan akhirnya tutup, sebagian besar diantaranya disebabkan oleh kurangnya strategi pemasaran yang benar yang digunakan untuk menarik masyarakat untuk menjadi pelanggannya. Terdapat beberapa usaha yang mengalami kebangkrutan dan akhirnya tutup, beberapa usaha perlengkapan ulang tahun yang terdapat di kota Palembang juga ada yang masih berjalan, dan bahkan ada yang semakin berkembang dan memiliki pelanggan yang cukup banyak dan setia, salah satunya adalah toko Ultahku.

Toko Ultahku merupakan usaha yang bergerak dibidang perlengkapan perayaan ulang tahun seperti *balloon foil*, *bunting flag*, *topper cake*, topi ulang tahun, buket balon, *snowspray and string*, *tealights*, dan lain sebagainya dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. Toko Ultahku terletak di Jalan Demang Lebar Daun sebelum Jalan Hulubalang 2 Palembang. Toko Ultahku melaksanakan strategi pemasaran dalam memperkenalkan produk toko agar dapat mempertahankan eksistensi toko dalam persaingan yang ketat dan bisa mengembangkan usahanya menjadi lebih maju. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan adalah melalui kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh toko Ultahku dengan menggunakan internet atau media sosial seperti Instagram dengan mengunggah foto-foto jenis dan beragam dari produk perlengkapan ulang tahun yang dijual. Tujuan untuk menarik konsumen atau pelanggan untuk

membeli produk yang ada di toko Ultahku dan membuat usahanya ini lebih dikenal oleh masyarakat. Keberhasilan strategi promosi yang dilakukannya ini menjadi keuntungan yang dapat diperoleh dan mempertahankan kesetiaan pelanggannya.

Berdasarkan kondisi yang telah diuraikan di atas dimana begitu banyak produk perlengkapan ulang tahun yang sama dengan produsen lainnya dan membuat suatu pilihan strategi promosi dalam meningkatkan penjualan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Perlengkapan Ulang Tahun Pada Toko Ultahku Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Suatu usaha perlu untuk memasarkan produk yang dijual agar dapat dikenal oleh masyarakat dan membantu dalam meningkatkan penjualan dengan melalui kegiatan promosi. Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **Bagaimanakah Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Perlengkapan Ulang Tahun Pada Toko Ultahku Palembang?**

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulis membatasi ruang lingkup pembahasan agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada yaitu strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan perlengkapan ulang tahun pada Toko Ultahku Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan Toko Ultahku dalam meningkatkan penjualan perlengkapan perayaan ulang tahun.
2. Untuk mengetahui perbandingan total target dan realisasi penjualan perlengkapan ulang tahun pada Toko Ultahku sebelum dan sesudah menggunakan media sosial.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan penulis di bidang pemasaran dan juga dapat dijadikan bahan pembelajaran khususnya dalam penggunaan strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan perlengkapan perayaan ulang tahun pada Toko Ultahku Palembang.

2) Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan yang positif dalam upaya menentukan strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan perlengkapan perayaan ulang tahun pada Toko Ultahku Palembang.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penulis memilih objek penelitian pada Toko Ultahku yang beralamat di Jalan Demang Lebar Daun sebelum Jalan Hulubalang 2 Palembang. Bidang ilmu yang penulis ambil yaitu Manajemen Pemasaran tentang strategi promosi yang digunakan pada Toko Ultahku untuk meningkatkan volume penjualan.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Penulis menggunakan dua macam data yang berdasarkan cara memperoleh data tersebut, yaitu data primer dan data sekunder. Pengertian data primer dan data sekunder menurut Yusi dan Idris (2016: 109) adalah:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Penulis memperoleh data dari hasil wawancara dengan pemilik Toko Ultahku Palembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder yang didapat penulis berupa sejarah perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi dan pembagian tugas serta sumber-sumber pustaka lainnya yang berhubungan dengan bidang yang akan dibahas.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Data yang di butuhkan terkait dengan strategi promosi pada toko Ultahku, maka metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Riset Lapangan (*field research*)

Riset yang dilakukan dengan mendatangi langsung tempat yang menjadi objek penelitian. Didalam riset lapangan penulis menggunakan wawancara. Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013:231), wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Penulis melakukan wawancara dengan pemilik toko Ultahku Palembang untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan strategi promosi yang digunakan toko dalam meningkatkan volume penjualan. Selain itu juga penulis mendapatkan informasi mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, tugas pokok dan tanggung jawab unit kerja serta data penjualan.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Penulis mengumpulkan data dengan cara membaca, mempelajari, dan membandingkan pendapat dari buku-buku yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam Laporan Akhir ini.

1.6 Analisis Data

Penulis menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif, dimana data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dengan skala numerik (Yusi dan Idris, 2016: 120). Data ini tidak dapat

disajikan dalam bentuk angka, maka untuk menganalisisnya penulis meminta data-data yang berkaitan dengan laporan akhir ini. Menggunakan metode ini penulis akan menjelaskan pembahasan mengenai strategi promosi yang digunakan dalam meningkatkan volume penjualan pada toko Ultahku Palembang dengan didasari teori-teori yang ada sebagai suatu informasi yang dibutuhkan. Penulis menggunakan daftar pertanyaan berupa wawancara pada pihak yang berhubungan dengan permasalahan penulis bahas dalam laporan ini.