

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Alat komunikasi merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat, misalnya telepon rumah, handphone atau bisa melalui internet (chatting, e-mail, dan lain-lain). Berbagai informasi yang terjadi di berbagai belahan dunia kini telah dapat langsung diketahui berkat kemajuan teknologi (globalisasi). Di mana perubahan teknologi dan arus informasi yang semakin maju dan cepat mendorong masyarakat untuk lebih memahami kecanggihan teknologi.

Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis dibidang telekomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen produk-produk alat komunikasi seperti handphone yang menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda dari produk-produk sebelumnya. Dimana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan komunikasi.

Selain itu juga, dunia bisnis produk komunikasi berlomba-lomba supaya dapat menarik minat para masyarakat dan memutuskan membeli serta menggunakan produknya. Hal ini juga merupakan langkah ataupun cara suatu perusahaan memberikan kepuasan terhadap konsumen-konsumen mereka yang sudah menggunakan produk smartphone atau handphone jenis tertentu sebelumnya. Kebutuhan akan alat komunikasi seperti telepon seluler (handphone) atau smartphone sendiri selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun terutama untuk jenis-jenis handphone atau smartphone dengan merek-merek tertentu. Hal ini dikarenakan pola konsumsi bagi konsumen pada saat ini yang selalu menginginkan sebuah kemudahan dalam komunikasi yang dapat mendukung kegiatan mereka sehari-hari baik dalam pekerjaan maupun hal lainnya.

Persaingan bisnis di bidang ponsel handphone di Kecamatan Penukal, semakin ketat. Persaingan yang ketat antara ponsel handphone tersebut menyebabkan masing-masing ponsel handphone berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas semaksimal mungkin. Untuk dapat bertahan dalam persaingan tersebut, pelaku bisnis dituntut untuk menerapkan Strategi Pemasaran yang dianggap tepat Dalam Meningkatkan Volume Penjualan handphone.

Di Kecamatan Penukal kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI) terdapat salah satu Toko penjualan Handphone yaitu Motor Cell. Toko tersebut menjual berbagai Handphone dan Aksesoris berbagai macam merek. Oleh karena itu, toko tersebut harus menggunakan strategi yang pas dalam menghadapi konsumen dan bersaing dengan penjual lain untuk mempertahankan usahanya. Dengan permasalahan di atas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui Strategi Promosi seperti apa yang digunakan oleh Toko Motor Cell dalam upaya meningkatkan penjualan handphone.

Promosi merupakan kegiatan aktif yang dilakukan seseorang dalam memasarkan sebuah produk, promosi dilakukan bertujuan untuk menarik minat konsumen agar membeli produk yang ditawarkan sebuah perusahaan, promosi juga merupakan semua jenis kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendorong permintaan, dengan adanya promosi akan semakin banyak orang yang mengetahui suatu produk dan akan timbul keinginan untuk membeli sehingga akan menambah jumlah permintaan pada produk tersebut. Dan dengan begitu maka volume penjualan akan bertambah dan laba yang diperoleh suatu perusahaan semakin besar.

Tujuan promosi sendiri adalah untuk memodifikasi tingkah laku yaitu dengan memberi kesan baik yang akan diterima oleh konsumen, memberitahu mengenai hal-hal terkait produk yang telah diproduksi, dan bertujuan membujuk serta mengingatkan calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan adanya kenaikan volume penjualan dan bertambahnya pelanggan yang mengkonsumsi suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan mereka.

Untuk mencapai suatu tujuan, tentunya perusahaan harus mempunyai Strategi Promosi yang efektif, salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik bila dapat meningkatkan dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas/kualitas produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan. Maka pihak manajemen harus membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan berusaha mengurangi dampak ancaman yang ada dan menjadi suatu kesempatan. (wulandari, dalam Prastiwi, 2019:1).

Berikut ini adalah data penjualan handphone pada Toko Motor Cell Kecamatan Penukal tahun 2016-2020:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Handphone Pada Toko Motor Cell Kecamatan Penukal**  
**2016-2020**

<b>Tahun</b>	<b>Target Pertahun</b>	<b>Total Penjualan (per unit)</b>
2016	1800	1900
2017	1800	2300
2018	2400	2500
2019	2400	2300
2020	2400	2000

*Sumber: Motor Cell kecamatan Penukal, 2021*

Berdasarkan tabel diatas tahun 2016 total penjualan handpohone yang terjual sebanyak 1900 unit. Untuk tahun 2017 sebanyak 2300 unit dan tahun 2018 mengalami peningkatan yakni 2500 unit. Akan tetapi, pada tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan penjualan yakni 2300 unit dan 2000 unit.

Naik dan turunnya penjualan yang disebabkan oleh faktor ekstern seperti keadaan ekonomi, perubahan selera konsumen dan persaingan. Faktor intern seperti naik turunnya penjualan produk oleh penyedia, keterbatasan sumber-sumber teknologi dan motivasi manajemen. Oleh sebab itu, suatu perusahaan harus melakukan inovasi seiring dengan perubahan minat dan selera konsumen.

Selain itu juga, Toko Motor Cell hanya menggunakan beberapa bauran promosi. Penerapan bauran yang digunakan tidak terpenuhi sehingga yang digunakan hanya beberapa. Penerapan bauran promosi melalui promosi penjualan dengan menggunakan media sosial. Seperti: whatsapp dan facebook. Sedangkan dizaman sekarang terdapat banyak sekali media sosial yang digunakan orang-orang. Dimana media sosial digunakan untuk mengetahui berita-berita terbaru dan dapat juga digunakan sebagai media penjualan suatu usaha. Penerapan bauran dengan cara promosi penjualan, dan personal selling (penjual pribadi), serta informasi dari mulut.

Berdasarkan dari pernyataan tersebut di atas maka penulis merasa tertarik untuk membahas dan mengambil judul **“STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN HANDPHONE PADA TOKO MOTOR CELL KECAMATAN PENUKAL KABUPATEN PENUKAL ABAB LEMATANG ILIR ”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Adapun beberapa Masalah yang dapat diidentifikasi dari latar belakang masalah yaitu: Bagaimana Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Handphone Yang Diterapkan Pada Toko Motor Cell Kecamatan Penukal Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI)?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar Laporan Akhir ini dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang diangkat maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yang meliputi: Bagaimana Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Handphone Yang Diterapkan Pada Toko Motor Cell Kecamatan Penukal Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI)?

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan**

Untuk mengetahui Bagaimana Strategi Promosi dalam meningkatkan penjualan handphone yang diterapkan pada Toko Motor Cell Kecamatan Penukal Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI).

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi penulis, dapat menambah pengetahuan dalam hal Strategi Promosi dalam meningkatkan volume penjualan handphone yang diterapkan pada Toko Motor Cell Kecamatan Penukal Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI)
2. Bagi perusahaan, dapat memberikan masukan yang bersifat positif dan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan promosi.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini yaitu Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Handphone Pada Toko Motor Cell Penukal Abab Lematang Ilir (PALI) yang beralamat di Jalan Lintas Belimbing-Sekayu Desa Babat Kecamatan Penukal Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir, Sumatera Selatan, Indonesia 31211.

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

Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan sekunder. Berikut jenis dari sumber data yang digunakan:

### 1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data, (Sugiyono, 2018:213). Data diperoleh secara langsung melalui wawancara yang dilakukan penulis kepada pihak internal (Pemilik Toko Motor Cell) untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam penulisan laporan akhir ini.

### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:213) data yang tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data disebut data sekunder, biasanya dalam bentuk file dokumen atau melalui orang lain. Peneliti mendapatkan tambahan data melalui berbagai sumber, mulai dari buku, jurnal online, artikel, berita dan penelitian terdahulu sebagai penunjang data maupun pelengkap data.

## **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan secara langsung yaitu dengan mendatangi pemilik Toko Motor Cell Kecamatan Penukal. Penulis memberikan beberapa pertanyaan dan meminta data-data yang dibutuhkan dalam penulisan laporan akhir ini. Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam menyusun laporan akhir ini diantaranya, yaitu:

### 1. Riset Lapangan

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan ditempat yang menjadi objek yang akan diteliti dengan cara mendatangi langsung objek tersebut, dalam hal ini adalah Toko Motor Cell Kecamatan Penukal Kabupaten Pali. (Novratilova, 2019: 7).

#### a. Wawancara

Cara pengumpulan data melalui tanya jawab terhadap pihak yang bersangkutan untuk memperoleh informasi mengenai masalah yang dihadapi. (dalam Alfarisi, 2019: 26).

Peneliti melakukan wawancara dengan tahap-tahap sebagai berikut:

- Menetapkan informan yang akan diwawancarai
- Penyusunan pedoman wawancara dengan menggunakan indikator strategi promosi serta volume penjualan
- Menata urutan pertanyaan yang akan dilakukan ketika wawancara secara rinci.
- Menetapkan waktu wawancara
- Mencatat hasil wawancara

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi penulis lakukan dengan mempelajari dokumen-dokumen penjualan perusahaan dan mendokumentasikan gambaran yang diperlukan untuk membantu dalam pengumpulan data di Toko Motor Cell Kecamatan Penukal Kabupaten Pali. (Novratilova, 2019: 8).

2. Riset Kepustakaan

Dalam riset kepustakaan ini, penulis akan mengambil data-data atau informasi-informasi yang ada kaitannya dengan pembahasan yang dilakukan didalam penelitian ini yakni mengenai strategi promosi dalam meningkatkan jumlah pelanggan. (Novratilova, 2019: 7).

#### **1.5.4 Analisis Data**

Adapun metode analisis yang digunakan penulis untuk menganalisis data yang diperoleh dari perusahaan yaitu metode analisis kualitatif deskriptif. Dimana data yang diperoleh, dianalisis yang bersifat menjelaskan dan menggambarkan tentang strategi promosi yang dilaksanakan oleh Toko Motor Cell Kecamatan Penukal Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI).