

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih, banyak terjadi perubahan dan perkembangan disegala bidang. Salah satu bidang yang sangat berpengaruh adalah bidang usaha dalam hal ini adalah industri rumahan. Industri rumahan dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan pencapaian dan perkembangan usahanya agar tidak tertinggal dari trend terbaru, dan sebagai upaya bertahan didunia industri rumahan. Banyak hal yang perlu diperhatikan oleh para pemilik usaha industri rumahan, baik dari segi bentuk, kemasan, strategi promosi, maupun harga. Pemilik usaha dituntut untuk dapat melakukan promosi dengan semaksimal mungkin agar dapat menarik minat beli dari konsumen.

Promosi merupakan kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, memberikan informasi, dan memperngaruhi konsumen atau pelanggan agar mau membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan yang diharapkan dapat tercapai (Wahyu, 2019:17).

Para pemilik industri rumahan tentunya harus mampu bersaing dalam hal pemasaran produk mereka. Konsumen tentunya akan lebih merasa tertarik dengan produk-produk yang cukup menarik perhatian. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha rumahan yakni dengan promosi melalui sosial media. Dimana pada era sekarang setiap manusia atau konsumen tentunya tidak terlepas dengan gadget, konsumen di era sekarang lebih tertarik melakukan pembelian produk yang dapat dipesan melalui gadget sehingga terkesan praktis.

Oleh karena itu, pemilik usaha diharuskan selalu memiliki official media sosial yang lengkap mulai dari instagram, facebook, whats app dan media sosial lainnya agar konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai produk yang dipasarkan.

Salah satu bidang usaha industri rumahan yakni Toko Kue Nova Prabumulih. Toko Kue Nova Prabumulih ini menjual berbagai produk olahan kue yang bervariasi dan cukup banyak diminati konsumen seperti kue sus, lapis nanas, brownies, maksubah, donat kentang dan masih banyak produk lainnya. Toko ini bergerak dibidang kuliner, seperti yang kita ketahui bisnis kuliner modern ini sangat banyak digemari oleh kalangan masyarakat mulai dari anak-anak bahkan orang tua sekalipun. Namun tetap harus diseimbangkan dengan strategi promosi yang baik agar usaha dapat berjalan dengan yang diharapkan sebelumnya.

Promosi berperan penting dalam menarik minat beli konsumen, dan mencapai target perusahaan. Dalam melakukan promosi banyak hal yang dapat dilakukan pemilik usaha seperti Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales promotion*), Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*), Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), penjualan langsung (*Direct marketing*).beberapa unsur pemasaran tersebut dapat ditingkatkan oleh pemilik usaha untuk dapat mencapai target penjualan.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti ke Toko Kue Nova Prabumulih, berikut data mengenai total atau hasil penjualan produk Toko Kue Nova Prabumulih selama lima tahun terakhir yakni Tahun 2016-2020. Sebagai mana tabel 1.1 dibawah ini.

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Hasil Penjualan</b>
1	2016	Rp. 320.000.000
2	2017	Rp. 318.900.000
3	2018	Rp. 316.000.000
4	2019	Rp. 314.500.000
5	2020	Rp. 312.000.000

**Tabel 1.1 Rekap Hasil Penjualan Produk Tahun 2016-2020**  
**Sumber: Toko Kue Nova Prabumulih**

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah hasil penjualan dalam lima tahun terakhir menurun, hal ini dapat menjadi salah satu indikasi bahwa terdapat permasalahan yang tentunya harus diperhatikan oleh pemilik usaha. Hal-hal yang dapat menjadi indikasi penyebab permasalahan ini adalah harga, kemasan dan promosi produk, namun harus dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahuinya.

Toko Kue Nova Prabumulih memiliki varian produk yakni sejumlah 21 produk dengan masing-masing harga yang berbeda. Berikut tabel data mengenai harga produk di Toko Kue Nova Prabumulih yakni sebagai berikut:

No.	Nama Produk	Harga Produk
1	Bolen Ubi	Rp. 40.000
2	Bolen Durian	Rp. 48.000
3	Bolen Cokelat Keju	Rp. 45.000
4	Bolu Kojo	Rp. 30.000
5	Brownies Cokelat	Rp. 70.000
6	Brownies Panggang	Rp. 70.000
7	Brownies Ketan	Rp. 70.000
8	Brownies Pandan	Rp. 70.000
9	Cornlakes Cookies	Rp. 70.000
10	Donat Kentang	Rp. 25.000
11	Kue Sus Vanilla	Rp. 30.000
12	Kue Jadul	Rp. 80.000
13	Lapis Nanas	Rp. 170.000
14	Lapis Surabaya	Rp. 70.000
15	Maksubah	Rp. 200.000
16	Nastar	Rp. 80.000
17	Palm Chesees	Rp. 70.000
18	Pisang Cokelat (Piscok)	Rp. 40.000
19	Putri Salju	Rp. 70.000
20	Semprit Sagu Keju	Rp. 70.000
21	Thumbprint Chesees	Rp. 70.000

**Tabel 1.2 Rekapian Harga Produk di Toko Kue Prabumulih  
Sumber: Toko Kue Nova Prabumulih**

Jika dilihat berdasarkan Tabel 1.2, harga produk di Toko Kue Nova Prabumulih tidak terbilang mahal, melainkan masih sama dengan harga-harga produk di pasaran atau di Toko Kue serupa.

Sebagai upaya untuk mencapai target penjualan Toko Kue Nova Prabumulih, mencoba melakukan promosi dari sosial media mereka seperti

dari facebook, whatsapp dan instragram. Namun pemilik usaha menyatakan bahwa dari official instagram mereka tidak terlalu sering melakukan promosi, promosi lebih masih dilakukan dari facebook pribadi pemilik usaha. Hal ini dapat menjadi salah satu indikasi penyebab turunnya jumlah penjualan, pihak pemilik usaha Toko Kue Nova Prabumulih tentunya dapat memperhatikan promosi yang lebih baik lagi agar menarik minat beli konsumen.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena-fenomena masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk membahas tentang **“PERAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN TARGET PENJUALAN KUE DI TOKO NOVA PRABUMULIH”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana peran promosi dalam meningkatkan target penjualan kue di toko nova Prabumulih?
2. Hambatan atau kendala yang dihadapi dalam melakukan peran dalam meningkatkan target penjualan kue di toko nova Prabumulih?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar pembahasan laporan akhir ini dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari perumusan masalah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yang meliputi:

1. Bagaimana peran promosi dalam meningkatkan target penjualan kue di toko nova Prabumulih.
2. Bagaimana hambatan atau kendala yang dihadapi dalam melakukan peran promosi dalam meningkatkan target penjualan kue di toko nova Prabumulih.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana peran promosi dalam meningkatkan target penjualan kue di toko nova Prabumulih.
2. Untuk mengetahui bagaimana hambatan atau kendala yang dihadapi dalam melakukan peran promosi dalam meningkatkan target penjualan kue di toko nova Prabumulih.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis  
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai ilmu manajemen pemasaran, khususnya materi yang berhubungan dengan strategi promosi.
2. Bagi perusahaan  
Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai masukan dalam menentukan promosi yang tepat untuk meningkatkan penjualan.
3. Bagi Pembaca  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai sumber referensi bagi para pembaca dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam laporan akhir ini penulis melakukan penelitian pada toko kue nova, milik Ibu Nova yang beralamat di Jalan Jendral Sudirman No.300 km 6 kel. Gunung Ibul Kec. Prabumulih. Maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu peran strategi promosi untuk mencapai target penjualan kue pada toko nova prabumulih.

### 1.5.2 Jenis dan Sumber data

Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini yang digunakan yaitu:

#### 1. Jenis data

Jenis data ada 2 (dua) yaitu Kualitatif dan Kuantitatif menurut Yusi dan Idris (2016)

##### 1. Kualitatif

Kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik (angka).

##### 2. Kuantitatif

Kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka).

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan jenis data kualitatif karena data yang diperlukan tidak dapat diukur dalam skala numerik hanya untuk mengetahui bagaimana peran promosi dan bagaimana hambatan atau kendala yang dihadapi dalam mencapai peran promosi dalam meningkatkan target penjualan kue di toko kue nova Prabumulih.

#### 2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 (dua) yaitu

##### 1. Data primer

Data primer menurut Yusi dan Idris (2016) “adalah data yang diperoleh secara langsung dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya”. Pada penelitian ini data primer yang digunakan mengacu pada informasi yang didapat langsung melalui hasil pengamatan dan wawancara seperti datang langsung ketempat penelitian untuk mengetahui bagaimana promosi dan bagaimana hambatan atau kendala yang di hadapi oleh Toko Kue Nova

Prabumulih. Dengan wawancara langsung kepada pemilik usaha Kue Nova Prabumulih.

## 2. Data sekunder

Data sekunder menurut Yusi dan Idris (2016) “adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan di olah pihak lain biasanya sudah dalam bentuk publikasi”. Pada penelitian ini data sekunder yang didapat peneliti dari pemilik usaha adalah sejarah perusahaan, struktur organisasi Toko Kue nova Prabumulih, dan data yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas pada laporan ini.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data yang dibutuhkan, penulisan menggunakan beberapa metode diantaranya sebagai berikut:

#### a. Riset Lapangan (Field Research)

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke tempat lokasi perusahaan dalam hal ini yaitu Toko Kue Nova Prabumulih Jalan Jendral Sudirman No.300 km 6 kel. Gunung Ibul Kec. Prabumulih

##### 1. Wawancara.

Menurut Yusi dan Idris (2016:114) “wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden”. Penulis menggunakan teknik wawancara langsung yaitu dengan melakukan tanya jawab untuk mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan dengan pemilik Toko Kue Nova Prabumulih.

#### b. Riset Kepustakaan (Library Research)

Penelitian ini dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur, buku-buku dan referensi-referensi lain serta jurnal-jurnal

penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang ada sebagai bahan masukan penelitian dalam melakukan penulisan laporan ini.

#### **1.5.4 Analisis Data**

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu penelitian akan mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana promosi yang dilakukan Toko Kue Nova Prabumulih dan Apa saja hambatan atau kendala yang dihadapi dalam melakukan promosi di Toko Kue Nova Prabumulih. Penulis menggunakan daftar pertanyaan berbentuk wawancara pada pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis bahas dalam laporan ini.

Menurut Sugiyono (2019:15) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. (Sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana penelitian adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Menurut Miles and Huberman dalam Sugiyono (2019:321) bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan sebagai suatu siklus.

##### **1. Reduksi Data**

Data yang diperoleh dari lapangan tentunya sangat banyak dan perlu diperinci, untuk itu perlu segera dilakukan analisis terhadap

data melalui reduksi data. Mereduksi artinya merangkum, memilih, hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

## 2. Penyajian Data

Sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan, dengan penyajian data, peneliti akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman tentang penyajian data. Menurut Miles dan Huberman penyajian data ini disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2019:235). Peneliti mampu mereduksi data ke dalam huruf besar, huruf kecil dan angka, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penyajian data, huruf besar, huruf kecil dan angka disusun kedalam urutan sehingga dapat dipahami.

## 3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan yang akan diambil akan ditangani secara longgar dan tetap terbuka sehingga kesimpulan yang awalnya masih kurang jelas akan meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak karena seperti telah dikemukakan bahwa rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan masih dapat berubah dan berkembang setelah penelitian berada dilapangan. Kesimpulan ini juga nantinya akan diverifikasi dilapangan selama penelitian berlangsung dengan maksud menguji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokan sebagai bukti validitasnya.

Menurut Moleong (2014:6) Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Secara holistic dan dengan secara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Strategi Promosi yang dilakukan oleh Toko Kue Nova Prabumulh menggunakan 4 kegiatan yaitu:

- a. Periklanan (Advertising)
- b. Penjualan Perseorangan (Personal Selling)
- c. Promosi Penjualan (Sales Promotion)
- d. Pemasaran dari mulut ke mulut (Word of mouth Marketing)