

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam bidang ekonomi merupakan kompetisi bagi para pelaku usaha yang berusaha untuk mendapatkan keuntungan, pangsa pasar, dan jumlah penjualan. Semakin banyak usaha semakin ketat persaingan antar pelaku usaha yang ada dalam mempertahankan konsumen agar terus membeli produk dari usaha tersebut. Hal inilah yang menuntut pelaku usaha agar dapat lebih peka, kreatif, dan kritis terhadap perubahan yang terjadi. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada dengan jenis usaha yang berbeda menuntut para pelaku usaha untuk bergerak lebih cepat dan juga menggunakan strategi promosi yang tepat dalam menarik konsumen.

Strategi promosi yang dilakukan pelaku usaha haruslah tepat dilihat dari kemajuan teknologi saat ini yang semakin berkembang seperti, teknologi komunikasi, informasi, dan teknologi media massa. Perkembangan pun tergolong cepat, karena setiap harinya mengenalkan aplikasi dan teknologi baru untuk memberikan informasi baru. Hal ini juga mendorong kemampuan untuk mempromosikan suatu barang atau produk semakin cepat dan tepat. Banyaknya cara untuk mempromosikan suatu produk atau barang membuat banyak pelaku usaha berusaha untuk saling bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Sehingga dibutuhkan promosi yang efektif dan efisien untuk mendorong keberhasilan kegiatan pemasaran. Dengan menggunakan semua strategi promosi dan semua media yang memberikan informasi itu dapat mengundang perhatian publik.

Media merupakan segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Media berupa iklan dan jejaring sosial menjadi salah satu sarana yang tepat untuk mengundang publik, seperti promosi melalui jejaring sosial, dengan kondisi persaingan yang semakin ketat saat ini, diperlukan suatu sarana informasi sebagai media komunikasi dalam memperkenalkan produk kepada calon konsumen. Setiap pelaku usaha pasti mempunyai tujuan untuk mendapatkan laba, ataupun untuk meningkatkan

pendapatan pada usaha itu sendiri, produk yang di jual tidak akan dapat dikenal orang jika tidak mampu mengenalkan atau mempromosikan produk dengan tepat agar menghasilkan kebutuhan dan keinginan konsumen yang bervariasi menjadi acuan bagi setiap pelaku usaha di dalam kegiatan pemasaran, setiap pelaku usaha membutuhkan promosi untuk dapat mengenalkan produk yang mereka tawarkan kepada konsumen.

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran dimana pada aktivitasnya berusaha membujuk, mempengaruhi, dan memberikan informasi agar bersedia membeli, menerima dan setia kepada produk yang ditawarkan. Promosi salah satu yang berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan karena di dalam kegiatan promosi perusahaan berusaha untuk mengomunikasikan produk dengan benar kepada konsumen agar mereka mendengar, melihat, tertarik dan membeli. Para pelaku usaha hendaknya menggunakan strategi promosi yang tepat agar dapat menarik konsumen.

Strategi promosi yang digunakan Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z salah satunya adalah dengan cara memanfaatkan media sosial berupa aplikasi instagram dan google bisnisku. Pada instagram dengan cara mengunggah foto-foto makanan yang ditawarkan, jenis-jenis makanan yang dijual dan suasana atau keadaan kedainya, tujuannya untuk menarik konsumen ataupun calon penikmat mie celor untuk membeli produk makanan yang dijual Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z sehingga usahanya lebih dikenal dikalangan masyarakat dalam hingga luar daerah di berbagai kota di Indonesia. Selain itu Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z juga menggunakan aplikasi google bisnisku dengan cara membuat atau menampilkan profil bisnis mulai dari alamat lokasi bisnis, nomor telepon, dan jam buka bisnis tersebut tujuannya untuk mempermudah konsumen mencari alamat atau lokasi Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z yang berada di kota Palembang.

Palembang merupakan kota penghasil bisnis kuliner yang dikenal dengan berbagai jenis makanan khas Palembang, dari sekian banyak jenis makanan yang terkenal di Palembang Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z adalah salah satu bisnis kuliner yang banyak di kenal dengan cita rasa produk makanan olahan mie yang enak dan banyak di sukai oleh masyarakat kota Palembang dan wisatawan dari

berbagai daerah dan kota besar di Indonesia. Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z Lokasinya berada di jalan KH. Ahmad Dahlan N0. 2 Palembang, berlokasi di tempat yang cukup strategis, sehingga mudah bagi konsumen untuk dapat menemukan lokasi tersebut. Mie Celor 26 ilir pertama kali di buat oleh H.M Syafei Z merupakan produk olahan mie yang disajikan bersama kuah khas Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z dengan tambahan berbagai topping mulai dari udang, telur rebus, toge, dengan taburan daun bawang dan bawang goreng. Menu yang ditawarkan mulai dari mie celor original sampai mie celor special dengan harga Rp. 22.000 sampai Rp. 60.000. Selain itu Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z juga menyediakan berbagai pilihan minuman mulai dari minuman hangat sampai minuman dingin dengan harga Rp. 2.000 sampai Rp. 20.000 yang tersedia di Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z.

Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z selain melakukan strategi promosi dalam meningkatkan pendapatan pemilik usaha juga melakukan pengembangan usaha dengan melakukan inovasi menu-menu makanan yang awalnya hanya mie celor original sekarang sudah membuat menu-menu makanan baru, dan Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z mengembangkan usahanya dengan cara membuka cabang-cabang baru yang awalnya hanya satu tempat seiring berjalannya waktu sekarang telah mengembangkan 6 cabang yang tersebar di lokasi yang ada dikota Palembang dengan tujuan agar Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z lebih berkembang dan dapat lebih dikenal oleh orang banyak selain itu mempermudah konsumen untuk menjangkau lokasi terdekat mereka.

Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z mempromosikan dan mengembangkan usaha dalam memperkenalkan produk pada konsumen agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lain menggunakan salah satu strategi pemasaran yaitu promosi. Kegiatan promosi dan pengembangan usaha tersebut diharapkan agar lebih meningkatkan pendapatan pada Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z. Adapun biaya yang dikeluarkan untuk promosi dan biaya pendapatan pada Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z sebagai berikut:

Tabel 1.1
Biaya Promosi Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z
Tahun 2016-2020

No	Keterangan	2016	2017	2018	2019	2020
1.	Kuota Internet	840.000	960.000	960.000	960.000	1.200.000
2.	Spanduk	475.000	225.000	570.000	665.000	315.000
3.	Iklan	-	-	-	840.000	950.000
Total		1.315.000	1.185.000	1.530.000	2.465.000	2.465.000

Sumber: Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z, 2016-2020

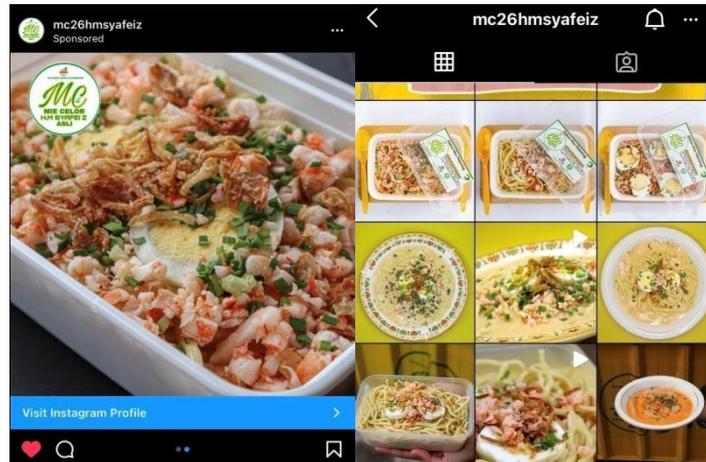
Terlihat dari tabel 1.1 diatas strategi promosi yang dilakukan Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z yaitu menggunakan kuota internet untuk memposting foto-foto atau video suasana kedainya melalui instagram, Spanduk dan juga iklan. Adapun data pendapatan pada Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z selama 5 tahun sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Pendapatan Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z
Tahun 2016-2020

No	Tahun	Pendapatan	Persentase
1	2016	1.904.384.000,00	-
2	2017	2.183.740.000,00	14,66%
3	2018	2.348.862.000,00	7,56%
4	2019	2.537.572.000,00	8,03%
5	2020	1.307.641.000,00	-48,46%

Sumber: Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z, 2016-2020

Berdasarkan uraian pada tabel 1.2 diketahui, pendapatan pada tahun 2016 sampai 2019 terjadi kenaikan tetapi pada tahun 2020 terjadi penurunan pendapatan dikarenakan pandemi Covid-19, maka Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z melakukan strategi promosi melalui media sosial berupa instagram sebagai berikut:



Gambar 1.1 Strategi Promosi Melalui Media Instagram
 Sumber: Akun Instagram Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z, 2021

Terlihat pada Gambar 1.1 strategi promosi yang dilakukan dengan cara menggunakan media sosial instagram berupa iklan dan posting foto maupun video mengenai produk makanan Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z agar dapat menarik konsumen membeli produk dan meningkatkan kembali pendapatan yang turun di karenakan masa pandemi Covid-19 pada tahun 2020, maka dapat diketahui bahwa strategi pemasaran melalui promosi serta pengembangan usaha memiliki peranan penting bagi pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan pendapatan serta apa saja pengembangan usaha yang dilakukan dan tertarik menulis Proposal Penelitian Laporan Akhir dengan mengambil judul **”STRATEGI PROMOSI DAN PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA BISNIS KULINER MI CELOR 26 ILIR H.M SYAFEI Z”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Strategi Promosi yang dilakukan dalam Meningkatkan Pendapatan pada Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z ?
2. Apa Saja Pengembangan Usaha yang Dilakukan Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z ?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulis membatasi ruang lingkup dalam pembahasan agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada yaitu mengenai strategi promosi dan pengembangan usaha yang dilakukan Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z dalam meningkatkan pendapatan.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan dalam meningkatkan pendapatan pada Bisnis Kuliner Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z.
2. Untuk mengetahui apa saja pengembangan usaha yang dilakukan Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah menambah informasi yang digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen pemasaran untuk memutuskan kebijakan tentang promosi selanjutnya. Memberikan sumbangan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan strategi promosi dan pengembangan usaha.

2. Manfaat Teoritis

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah:

- a. Sebagai pengaplikasian dan penyesuaian materi perkuliahan jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Diploma III.
- b. Untuk mengembangkan ilmu Manajemen Pemasaran. kemudian laporan akhir ini di harapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Mie Celor 26 Ilir H. Syafei Palembang yang berlokasi di jalan KH. Ahmad Dahlan N0. 2 Kota Palembang. Penelitian ini membahas tentang Strategi Promosi dan Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan pendapatan yang dilakukan pada Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z.

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 (2016:108) sebagai berikut:

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 menggunakan jenis data kualitatif karena data yang diperlukan tidak dapat diukur dalam skala numerik hanya untuk mengetahui bagaimana strategi promosi dan pengembangan usaha yang dilakukan pada Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z .

2. Sumber data

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

1. Data primer

Data premier menurut Yusi dan Idris (2019:112) “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 strategi apa dan pengembangan usaha apa yang dilakukan Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z. Dengan melakukan wawancara langsung kepada pemilik usaha Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Yusi dan Idris (2019:109) “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 Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z, dan data yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas pada laporan ini.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam melakukan pengumpulan data dan informasi untuk penelitian adalah sebagai berikut:

a. Riset Lapangan (Field Reseach)

Dalam Penelitian ini dilakukan riset lapangan menggunakan metode wawancara. Menurut Yusi dan Idris (2016:118) wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Wawancara yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan cara tanya jawab langsung kepada pemilik toko Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z. Informasi yang didapatkan dari wawancara tersebut strategi promosi dan pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan yang dilakukan pada Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z.

b. Riset Kepustakaan (Library Reserch)

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan pada penelitian

1.5.3 Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu peneliti 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 pelaksanaan strategi promosi dan pengembangan usaha yang dilakukan Mie Celor 26 Ilir H.M Syafei Z. Penulis menggunakan daftar pertanyaan berupa wawancara pada pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis bahas dalam laporan ini.