

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Pemilihan Judul**

Pada dasarnya perusahaan dihadapkan pada tantangan dalam menghadapi persaingan dari unit-unit usaha konveksi sejenis dalam rangka meningkatkan penjualannya. Dengan adanya keadaan pasar yang demikian, perusahaan harus pandai-pandai menyesuaikan diri agar dapat bertahan dalam persaingan. Salah satu unsur kegiatan yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan adalah kegiatan promosi. Kegiatan promosi tidak hanya digunakan perusahaan untuk mengejar laba, tetapi juga lebih memperkenalkan produk perusahaan kepada konsumen.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran untuk memberikan informasi mengenai adanya suatu produk. Promosi merupakan elemen yang penting dalam bauran pemasaran, dengan kegiatan promosi perusahaan dapat memperkenalkan suatu produk atau jasa kepada konsumen (Tjiptono, 2008). Fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai tujuan komunikasi dengan para konsumen. Promosi berperan dalam menghasilkan penyampaian informasi yang baik kepada konsumen akan manfaat dan kelebihan suatu produk atau jasa, sehingga dapat mempengaruhi pikiran konsumen tersebut (Tjiptono, 2009).

Menurut Boone dan Kurts dalam Sudaryono (2016: 51), Bauran pemasaran (*Marketing mix*) adalah kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana dapat di kendalikan oleh pemasar untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen.

Bauran pemasaran meliputi 4P 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 promosi, dapat meningkatkan laba volume penjualan dari produk

yang dihasilkan sehingga menghasilkan laba yang sesuai dengan harapan/tujuan perusahaan.

Salah satu kegiatan usaha yang menarik untuk dianalisis adalah Jaya Raya Konveksi Kota Palembang. Jaya Raya Konveksi merupakan usaha yang bergerak dalam bidang konveksi. Usaha ini memiliki berbagai jenis produk seperti kemeja, kaos, topi dan lain sebagainya yang dijual dengan bentuk dan ukuran yang berbeda. Karyawan yang bekerja dalam perusahaan ini sebanyak 20 orang. Adapun promosi yang diterapkan Jaya Raya Konveksi Kota Palembang antara lain periklanan, personal selling, promosi penjualan dan informasi dari mulut ke mulut.

Untuk promosi dengan *personal selling* yang digunakan Jaya Raya Konveksi Kota Palembang yaitu dengan pembeli atau konsumen dapat langsung ke lokasi Perusahaan yang beralamat di Jl. Kebun Bunga Kec.Sukarami kota Palembang. Pembeli dapat memesan seragam, baju angkatan, topi, jaket dan lain sebagainya. Bentuk promosi yang lain yaitu promosi penjualan dengan cara memberikan diskon apabila membeli dengan jumlah banyak, dan setiap produk dicantumkan nama atau identitas perusahaan.

Kemudian promosi lain yang digunakan Jaya Raya Konveksi 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 Jaya Raya Konveksi yaitu periklanan. Media periklanan yang digunakan oleh Jaya Raya Konveksi adalah media sosial instagram.

Target pasar utama produk Jaya Raya Konveksi adalah pasar nasional. Saat ini Jaya Raya Konveksi telah memiliki mitra yang tersebar luas di berbagai kota yang ada di Indonesia, khususnya di luar kota Palembang dan telah melayani pasar online. Untuk dapat menembus pasar khususnya di luar wilayah Sumatera Selatan, Jaya Raya Konveksi memerlukan berbagai kegiatan promosi yang efektif seperti periklanan, penjualan perseorangan,

promosi penjualan, hubungan masyarakat, publisitas dan pemasaran langsung agar dapat mencapai target pasar tersebut dan terus berkembang.

Sejak tahun 2017 hingga 2019, rata-rata penjualan produk konveksi mengalami penurunan, walaupun ada sebagian jenis produk telah mencapai target penjualan. Secara keseluruhan target dan realisasi penjualan souvenir, dan biaya promosi tersaji dalam tabel berikut.

**Tabel 1.1**  
**Target dan Realisasi Penjualan**

<b>Tahun</b>	<b>Target</b>	<b>Realisasi</b>
2017	21.000	22.089
2018	22.000	21.760
2019	22.000	21.980
2020	23.000	22.450

*Sumber: Jaya Raya Konveksi, 2021*

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan Jaya Raya Konveksi, banyak faktor yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan, seperti rendahnya biaya promosi dan terbatasnya atau tidak tepatnya promosi yang digunakan. Biaya yang dikeluarkan Jaya Raya Konveksi sebesar Rp 500.000,-/Tahun untuk biaya periklanan khususnya media sosial instagram.

Berdasarkan uraian tersebut diatas penulis tertarik untuk membahas tentang **“Tinjauan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Jaya Raya Konveksi Kota Palembang”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam laporan akhir ini adalah “Bagaimana Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Jaya Raya Konveksi Kota Palembang?”.

### **1.3. Ruang Lingkup Pembahasan**

Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini hanya terbatas pada 4 bauran promosi yang digunakan Usaha Jaya Raya Konveksi, yaitu Periklanan, Personal Selling, Promosi Penjualan, dan 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 mengetahui bagaimana bauran promosi terhadap penjualan yang dilakukan oleh Jaya Raya Konveksi.

#### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penulisan laporan akhir ini adalah:

a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai promosi yang dilakukan oleh Jaya Raya Konveksi.

b. Bagi Perusahaan

Dengan adanya laporan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi Jaya Raya Konveksi mengenai bauran promosi yang dilakukan.

c. Bagi Pembaca

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi, literatur dan bahan acuan bagi pembaca maupun peneliti lain mengenai promosi dan bauran promosi.

### **1.5. Metode Penelitian**

#### **1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah pada usaha Jaya Raya Konveksi yang beralamat di Jalan kebun bunga kec. Sukarami KM 9 Kota Palembang.

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

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini yaitu:

a. Data Primer

Menurut Yusi dan Indris (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. Dalam hal ini penulis memperoleh data primer dari hasil wawancara dengan Pimpinan Jaya Raya Konveksi Kota Palembang seperti data mengenai produk.

b. Data Sekunder

Menurut Yusi dan Indris (2010:7), data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk pemikiran. Dalam hal ini penulis memperoleh data sekunder yaitu data dalam bentuk yang sudah jadi seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan jenis jenis produk yang terdapat pada Jaya Raya Konveksi Kota Palembang.

### **1.5.3. Metode Pengumpulan Data**

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

a. Studi Pustaka

Studi pustaka yang dilakukan penulis adalah dengan membaca buku-buku, artikel, jurnal, dan referensi lain yang berhubungan dengan penulisan laporan akhir ini.

b. Riset Lapangan

Riset lapangan yang dilakukan penulis adalah dengan mengunjungi perusahaan dan melakukan pengamatan langsung

pada bagian pemasaran untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

c. Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pimpinan dari beberapa pegawai untuk mendapatkan data dan informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

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