

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Salah satu cara yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran adalah promosi. Manfaatnya, perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai kualitas, harga, merk, dan informasi lainnya, dan menyakinkan kepada konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan.

Promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, menuntut setiap perusahaan meningkatkan promosi produknya kepada konsumen. Salah satu cara yang dilakukan agar produk yang ditawarkan perusahaan dapat dikenal konsumen, maka perlu dilakukan strategi promosi yang tepat. Strategi promosi yang tepat dapat meningkatkan penjualan dari perusahaan tersebut. Dalam melakukan promosi penjualan perusahaan harus memberikan informasi, memberi pengaruh, dan mengingatkan target pasar akan jasa atau produk, sehingga produk atau jasa yang perusahaan tawarkan biasa diterima dan dibeli oleh pasar.

Suatu kegiatan promosi yang dilakukan dikatakan sukses atau tidaknya tergantung dari promosi yang diterapkan. Menurut Sistaningrum dalam Murtini dkk (2019:294), mengungkapkan arti promosi adalah upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang. Konsumen aktual adalah konsumen yang langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat atau sesaat setelah promosi produk tersebut dilancarkan perusahaan, sedangkan konsumen potensial adalah konsumen yang berminat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan dimasa yang akan

datang. Dengan berhasilnya kegiatan promosi berarti perusahaan dapat meningkatkan penjualan yang optimal dengan pengeluaran tertentu.

Toko Rika Elektronik adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan produk elektronik seperti mesin cuci, kipas angin, television, kulkas, AC, DVD, dan lain sebagainya. Toko Rika Elektronik beralamat di Jalan Palembang-Jambi KM 111, RT 034 RW 004, Kabupaten Musi Banyuasin, Kelurahan Pasar Sungai Lilin, Sumatera Selatan.

Promosi yang di terapkan oleh Toko Rika Elektronik adalah periklanan dan promosi penjualan. Promosi periklanan yang digunakan oleh Toko Rika Elektronik seperti promosi melalui media cetak seperti brosur, spanduk, dan banner. Toko Rika Elektronik menggunakan media sosial seperti Whatsapp sebagai media promosinya, selain itu Toko Rika Elektronik juga memberikan diskon kepada konsumen tujuannya agar konsumen dapat tertarik kepada produk tersebut, tetapi selama periode 2018-2020 penjualan mengalami penurunan, sehingga penjualan Toko Rika Elektronik tidak mencapai target penjualan. Hal ini dapat dilihat pada table 1.1 dibawah ini:

TAHUN	OMZET PENJUALAN	TARGET
2018	Rp 843.230.000	Rp 900.000.000
2019	Rp 810.256.000	Rp 900.000.000
2020	Rp 620.115.000	Rp 900.000.000

Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Rika Elektronik 2018-2020

Sumber: Toko Rika Elektronik 2021

Terjadinya penurunan penjualan dalam rentang waktu 3 tahun dari tahun 2018 hingga 2020 di Toko Rika Elektronik. Pada tahun 2020 penjualan yang dilakukan oleh Toko Rika Elektronik tidak mecapai target yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, bahkan selisih penjualan semakin bertambah setiap tahunnya, maka penulis tertarik mengangkat topik di dalam penulisan laporan akhir ini dengan judul

“BAURAN PROMOSI DALAM UPAYA PENJUALAN PRODUK TOKO RIKA ELEKTRONIK”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas penulis maka dapat dirumuskan masalahnya yaitu:

1. Jenis promosi apa yang diperlukan untuk meningkatkan penjualan pada Toko Rika Elektronik?
2. Apa kendala yang dialami selama kegiatan promosi dilakukan Toko Rika Elektronik?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulis membatasi ruang lingkup yang membahas berdasarkan permasalahan yang ada yaitu jenis promosi yang cocok untuk meningkatkan penjualan dan kendala yang terjadi pada toko Rika Elektronik mengenai promosi yang dilakukan. Penulis melakukan rincian pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka yang sesuai dengan pokok bahasan mengenai promosi yang ada. Pokok bahasan yang ada dalam penelitian ini ialah membahas tentang jenis promosi yang tepat pada toko Rika Elektronik dan kendala yang dialami selama kegiatan promosi guna meminimalisir penyebab turunnya penjualan yang sudah memiliki target pencapaian.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui jenis promosi yang tepat dalam meningkatkan penjualan pada toko Rika Elektronik

2. Untuk mengetahui kendala yang dialami oleh toko Rika guna mendapatkan solusi terbaik dalam meminimalisir penurunan dari penjualan tersebut.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penulis memperoleh kesempatan untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang penerapan bauran promosi untuk meningkatkan penjualan pada Toko Rika Elektronik.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan masukan yang bersifat positif dan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan promosi

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan bahan referensi dan bacaan serta sebagai perbandingan bagi penulis lain yang mengambil objek permasalahan yang sama

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian Laporan Akhir ini dilakukan penulis dengan melakukan penelitian pada Toko Rika Elektronik yang beralamat di Jalan Palembang-Jambi KM 111, RT 034 RW 004, Kabupaten Musi Banyuasin, Kelurahan Pasar Sungai Lilin, Sumatera Selatan. Sesuai dengan data yang penulis peroleh maka pembahasan dalam laporan ini pada bauran promosi Toko Rika Elektronik dalam meningkatkan penjualan.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder sebagai sumber data. Pada penelitian ini

penulis menggunakan pendekatan penelitian studi pustaka yaitu pendekatan berdasarkan ilmu pengetahuan.

1. Data Primer

Menurut Pratiwi (2017:211), data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data primer dalam penyusunan laporan akhir ini didapatkan melalui kegiatan wawancara kepada pemilik Toko Rika Elektronik.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono dalam Pratiwi (2017:212) data sekunder ialah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder dalam laporan akhir ini berupa data yang penulis peroleh dari beberapa sumber informasi seperti buku-buku, artikel, dan internet.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akan diperlukan dalam penulisan laporan akhir ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ini mengetahui hal-hal dari responden lebih mendalam. Penulis melakukan tanya jawab lisan secara langsung dengan pemilik toko Rika Elektronik untuk mendapatkan informasi yang relevan dan akurat.

Menurut Sugiyono dalam Pratiwi (2017:212) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

b. Riset Kepustakaan

Riset kepustakaan adalah teknik pengumpulan informasi-informasi secara teoritis melalui literature-literatur atau referensi yang dijadikan sebagai bahan yang dapat membantu memecahkan permasalahan pada laporan akhir.

c. Observasi

Observasi menurut Sugiyono dalam Pratiwi (2017:212) adalah proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

1.5.4 Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2017:244) mengemukakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Analisis data terbagi menjadi dua yaitu:

a. Metode Kualitatif

Menurut Sugiyono (2017:9) mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

b. Metode Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2017:8) mengemukakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif karena bersifat mengumpulkan data dengan cara bertatap muka secara langsung sesuai dengan objek yang akan diteliti sehingga dapat di tarik kesimpulan dari fenomena yang terjadi berdasarkan fakta dilapangan. Metode ini digunakan untuk menyelidiki obyek yang tidak dapat diukur dengan angka-angka. Penelitian kualitatif juga bisa diartikan sebagai riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif.