

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Pada era modern sekarang ini perkembangan ekonomi akan berkembang semakin pesat tak terkecuali Indonesia. Indonesia sendiri merupakan negara berkembang yang memiliki banyak penduduk yang bersifat konsumtif diberbagai aspek. Banyaknya penduduk yang dimiliki Indonesia menjadikannya pasar yang cukup potensial bagi berbagai jenis produk yang didukung dengan perkembangan zaman dan teknologi. Berkembangnya perekonomian membuat kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi suatu barang atau pun jasa dari perusahaan semakin meningkat. Perusahaan baik yang menghasilkan produk atau pun jasa yang berskala kecil maupun berskala besar dituntut mampu menciptakan strategi untuk mencapai tujuan tetap bertahan dan berkembang. Strategi yang baik akan dapat mendorong perusahaan mampu bersaing untuk mendapatkan konsumen.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, perusahaan dituntut agar dapat meningkatkan kualitas dan melakukan berbagai inovasi yang bertujuan agar konsumen tertarik terhadap produk kita, tidak lain seperti sumber daya manusia, modal usaha serta mempunyai kemampuan dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Oleh sebab itu, pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan juga mengembangkan usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai yang ditargetkan oleh perusahaan. Tentu saja dalam kondisi seperti saat ini tidak menutup kemungkinan perusahaan yang ada saat ini akan bersaing ketat menjadi perusahaan yang unggul.

Persaingan yang semakin kompetitif mengharuskan pengusaha membuat strategi yang dapat mengembangkan dan mempertahankan perusahaan. Strategi untuk mendorong konsumen melakukan pembelian dengan memberikan suatu strategi pemasaran yang tepat dengan keadaanpasar yang akan dihadapi, hal ini membuat perusahaan harus melakukan salah satu kegiatan bauran pemasaran yaitu promosi.

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Perusahaan yang melakukan kegiatan promosi dapat memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas, oleh karena itu promosi harus dibuat lebih kreatif dan menarik sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

Pada masa sekarang banyak sekali kreatifitas serta inovasi baru, di bidang kuliner salah satunya adalah variasi makanan mulai dari makanan cepat saji seperti produk yang ditawarkan oleh mie bebek Faizi. Mie bebek Faizi merupakan salah satu usaha di bidang kuliner kekinian yang menyajikan berbagai varian mie dengan harga yang terjangkau, mie bebek Faizi merupakan kedai yang berada di kota Palembang dan terletak Di Jalan Lintas Barat Kecamatan Sukarame Kelurahan Suka Jaya Suka Bangun II tepatnya di dalam lingkungan Futsal Barokah. Mie bebek Faizi tidak hanya menjual mie bebek, ada beberapa jenis makanan yang dijual di mie bebek Faizi seperti omlet, sosis bakar, kentang goreng, lenggang, nasigoreng, serta berbagai minuman seperti es teh, teh susu, kopi susu, soda gembira.

Mie bebek Faizi dalam mengembangkan usahanya dan memperkenalkan produknya pada konsumen agar dapat bersaing dengan perusahaan lain menggunakan salah satu strategi pemasarannya yaitu promosi. Promosi yang dilakukan mie bebek Faizi dengan cara mempromosikan melalui media sosial yang berupa Instagram serta menggunakan *Coupons*, *Price Reduction*, *Premium*, dan *sampling*. Pada Instagram dengan cara mengunggah foto foto makanan yang menarik, jenis jenis makanan yang dijual dan suasana atau keadaan kedainya. Tujuannya untuk menarik konsumen ataupun calon penikmat mie bebek untuk membeli produk makanan yang dijual di kedai mie bebek Faizi sehingga membuat usahanya lebih dikenal dikalangan masyarakat luas. Strategi promosi lainnya yang dilakukan oleh kedai mie bebek Faizi dengan menjadi sponsor untuk berbagai kegiatan salah satunya adalah kegiatan finalis Putri Sumsel yang ada di Palembang, dimana setiap peserta finalis tersebut wajib mengunggah foto di akun Instagram mereka masing-masing. Selain itu, strategi yang diterapkan kedai mie bebek Faizi dengan cara mendaftarkan kepada aplikasi Go-Jek dengan layanan

Go-shop ataupun *Go-food* sehingga memudahkan konsumen untuk memesan makanan yang dia ingin kan untuk dibeli. Kegiatan Promosi tersebut diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan pada mie bebek Faizi.biaya yang dikeluarkan oleh mie bebek untuk promosi sebagai berikut:

Tabel 1.1
Biaya Promosi Mie Bebek Faizi
Tahun 2017 – 2019

No	Keterangan	2017	2018	2019
1.	Kuota Internet	Rp 600.000	Rp 800.000	Rp 600.000
2.	Endorse	Rp 10.000.000	Rp 10.000.000	Rp 7.000.000
3.	Spanduk	Rp 300.000/ 2 Cabang	Rp 800.000/ 3 Cabang	Rp 200.000/ 1 Cabang
4	Pencetakan Kupon dan Hadiah	-	-	Rp 4.000.000
Total		Rp 10.900.000	Rp 11.600.000	Rp 11.800.000

Sumber: Mie Bebek Faizi, 2020

Adapun volume penjualan pada mie bebek Faizi sebagai berikut:

Tabel 1.2
Volume PenjualanMie bebek Faizi
Tahun 2017-2019

No	Nama Produk	2017	2018	2019
1	Mie Bebek Faizi	10.000 Porsi/Tahun	7.500 Porsi/Tahun	10.250 Porsi/Tahun

Sumber: Owner Mie bebek Faizi, 2020

Dari Tabel 1.2 diketahui volume penjualan Mie bebek Faizi pada awal tahun 2017 sebanyak 10.000 porsi/tahunnya dan mengalami penurunan pada tahun 2018 sebanyak 2.500 porsi, dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan

kembali dari strategi promosi penjualan yang baru. Berdasarkan data tersebut penulis tertarik untuk mengambil judul **“STRATEGI PROMOSI PENINGKATAN PENJUALAN MIE BEBEK FAIZI”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas, yaitu: Bagaimana Strategi Promosi Untuk Peningkatan Penjualan Mie Bebek Faizi Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar Laporan ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu Strategi Promosi Peningkatan Penjualan Mie Bebek Faizi Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dengan melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi penjualan yang dilakukan oleh Mie Bebek Faizi untuk meningkatkan volume penjualan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan penulis dibidang pemasaran dan juga dapat dijadikan bahan pembelajaran khususnya dibidang bisnis Kuliner makanan.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan yang positif dalam penggunaan

strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan Mie Bebek Faizi.

3. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi pembaca atau penelitian lainnya sebagai bahan referensi dan pengetahuan dalam penelitian selanjutnya khususnya mengenai Strategi Promosi Penjualan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Agar laporan ini akan lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan dari permasalahan yang ada, maka penulis akan membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu Pada Mie Bebek Faizi Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Penulisan laporan ini, penulis menggunakan 2 (dua) jenis data yaitu:

- a. Sumber Primer menurut Sugiyono (2016:376) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data yang penulis peroleh secara langsung dari Mie Bebek Faizi Palembang, yang merupakan hasil dari kuesioner yang dibagikan dan wawancara antar penulis dengan pemilik atau yang terkait mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan Mie Bebek Faizi Palembang, data primer lainnya yang digunakan yaitu kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Mie Bebek Faizi.

- b. Sumber Sekunder menurut Sugiyono (2016:376) adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Data yang penulis menggunakan data yang sudah diolah oleh pihak lain, baik dalam bentuk literatur maupun dokumen yang berkenaan dengan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan Mie Bebek Faizi Palembang

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Cara untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penulisan Laporan Akhir ini maka penulis menggunakan beberapa metode penelitian sebagai berikut:

a. Riset Lapangan (*field research*)

Riset yang penulis lakukan yaitu dengan cara melakukan penelitian langsung dan pendekatan pada objek yang akan diteliti dan penulis menggunakan metode yaitu:

1. Pengamatan (*observation*)

Menurut Hadi dalam Sugiyono (2017:145) mengemukakan bahwa, pengamatan merupakan suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

2. Wawancara (*interview*)

Menurut Sugiyono (2017:137) mengemukakan bahwa, wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan ini dilakukan penulis dengan cara mencari referensi dari berbagai sumber yang berhubungan dengan variabel permasalahan di bidang humas dan citra perusahaan seperti jurnal ilmiah dan buku-buku.

1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

A. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono: 2010). Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung Mie Bebek Faizi Palembang.

B. Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2010), cara menentukan jumlah sampel dalam penelitian apabila jumlah populasi tidak diketahui yaitu:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 orang
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lain-lain), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30 orang.
3. Bila didalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20.

Berdasarkan poin pertama yaitu ukuran sample antara 30-500 orang maka peneliti memutuskan untuk memilih 100 orang yang akan menjadi sample dalam penelitian kali ini

5. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Sampling accidental*. Menurut Sugiyono (2010:85), *sampling accidental* adalah teknik pengambilan sampel

berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.