

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Pemenuhan kebutuhan hidup manusia berupa barang dan jasa, tidak akan lepas dari kegiatan penjualan yang merupakan suatu sistem yang berorientasi pada pelayanan dan kepuasan manusia sebagai konsumen. Karena kegiatan penjualan menurut Kotler (2012:7) adalah merupakan cara-cara di dalam proses penjualan yang dapat memberikan efek peningkatan pada nilai penjualan. Strategi bauran promosi dibutuhkan agar pelanggan merasa senang dengan gaya berjualan di lakukan.

Sistem perekonomian untuk memperoleh dan menyampaikan barang dan jasa kepada konsumen, maka peranan strategi bauran promosi tidak bisa diabaikan dengan situasi persaingan seperti sekarang ini. Sehingga dalam melakukan kegiatan penjualan, perusahaan sebagai pelaku ekonomi dalam memproduksi dan menyalurkan barang/produk kepada konsumen, dituntut untuk lebih mengarahkan kegiatan penjualannya secara terpadu dan terarah guna memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Bauran promosi merupakan alat komunikasi dengan konsumen dan calon konsumen, walaupun sampai saat ini masih ada beberapa perusahaan yang masih mengandalkan satu atau dua alat promosi untuk mencapai tujuan komunikasinya. hal tersebut tergantung pada kebutuhan dan kemampuan perusahaan

Strategi bauran promosi mencakup berbagai kegiatan secara terpadu, artinya untuk memperoleh hasil yang maksimal harus dapat meningkatkan penjualan produknya dengan memperhatikan strategi bauran promosi secara konseptual dalam menetapkan mekanisme usahanya. Sehingga kegiatan ini dilakukan bersama-sama, saling berhubungan dan saling mempertimbangkan dan tidak saling merugikan satu sama lainnya.

Semakin ketatnya persaingan yang dihadapi seorang manajer pemasaran mempunyai tanggung jawab mutlak untuk memikirkan perencanaan menyeluruh di bidang pemasaran yang sering disebut "Strategi bauran promosi" yang selalu diarahkan kepada konsumen, karena tanpa adanya perencanaan menyeluruh dari perusahaan, maka tidak ada "pegangan" dalam pelaksanaan kegiatan pemasarannya. Sehingga strategi bauran promosi menurut Sutojo (2013:154) merupakan rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran dan memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan dalam menetapkan mekanisme pengembangan usahanya. Untuk itu strategi bauran promosi merupakan teknik atau taktik perusahaan dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya dalam kondisi perekonomian yang senantiasa berubah-ubah.

Adanya strategi bauran promosi maka akan berpengaruh besar terhadap pengembangan usaha suatu perusahaan, karena terdapat banyak faktor yang menentukan konsumen untuk membeli suatu produk yang dipasarkan sehingga kondisi ini menuntut perusahaan untuk lebih jeli dalam melihat peluang pasar

yang ada. Berkembangnya perekonomian dewasa ini sangat dirasakan pentingnya promosi yang harus dilaksanakan secara efektif sehingga keuntungan yang diperoleh akan meningkat dan demi kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Dalam menentukan unsur bauran promosi yang paling efektif dan mengkombinasikan antara unsur-unsur tersebut adalah merupakan tugas dari manajemen pemasaran. (Kotler, 2012:42)

Berdasarkan pengamatan awal pada Toko Cahaya Phone Gorontalo yang merupakan salah satu usaha dagang yang bergerak dalam bidang pemasaran handphone dengan berbagai merek khususnya handphone Oppo dengan wilayah pemasarannya, mencakup seluruh wilayah Provinsi Gorontalo dan sekitarnya berusaha untuk tetap eksis di tengah persaingan dengan perusahaan yang lain, karena di wilayah ini banyak perusahaan yang menjual handphone dengan berbagai merk dan tipe yang sama. Oleh karena itu observasi yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan tabel sebagai berikut:

No	Kategori Strategi	Ket
1	Strategi Personal Selling	Produk Handphone oppo lebih diupdate oleh pihak cahaya phone daripada toko lainnya, sehingga lebih mempermudah konsumen dalam pemilihan berbagai tipe merk HP Oppo, setiap karyawan dapat memenuhi target penjualan setiap bulannya yaitu 10 handphone Oppo yang terjual.
3	Strategi Publik Relation	Banyaknya jumlah pesaing yang berada di sekitar gerai toko Handphone Oppo di Cahaya Phone namun penjualan sesuai target yang diberikan oleh perusahaan bahkan membuka cabang khusus Oppo Store
4	Strategi Promosi Penjualan	Promosi hanya dilakukan dengan fasilitas SPG dan pengeras suara.

Sumber: Observasi Awal di Toko Cahaya Phone Gorontalo, 2016.

Berkaitan dengan uraian tabel di atas strategi tempat penjualan yang menjadi saingan tepat berada di depan Toko Cahaya Phone sangat menekankan adanya persaingan strategi bauran promosi. Disisi lain kurangnya strategi bauran promosi yang dilakukan oleh perusahaan hanya dilakukan dengan menyediakan sales promotion girls (SPG). Begitu pula saluran distribusi produk Handphone Oppo seringkali mengalami penundaan dalam pengiriman sehingga berdampak pada stock penjualan yang sesuai dengan selera konsumen di Provinsi Gorontalo. Dengan demikian fenomena ini merupakan tantangan yang cukup berat dalam persaingan merebut pangsa pasar atau konsumen. Alasan pemilihan HP Oppo karena banyaknya konsumen menggunakan HP Oppo dan HP Oppo menjadi pilihan konsumen mengenai Handphone yang berbasis android.

Fenomena ini merupakan tantangan yang cukup berat dalam persaingan merebut pangsa pasar atau konsumen. Sehingga salah satu kiat yang digunakan oleh Cahaya Phone dalam memasarkan produk handphone oppo adalah membuat dan menetapkan strategi bauran promosi. Promosi pada dasarnya merupakan salah satu tahap dalam pemasaran, yang tiap-tiap tahap itu bagaikan mata rantai yang saling berhubungan dan jalinannya akan terputus jika salah satu mata rantai itu lemah. Promosi menjadi tahap yang penting yang sama pentingnya dengan tahap-tahap lain dalam proses pemasaran. Kombinasi dari unsur-unsur promosi dikenal dengan istilah Promotional Mix atau bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, *personal selling* atau penjual perseorangan (wiraniaga), dan publisitas. Bauran Promosi sendiri terdiri dari *advertising*, *sales*

promotion, direct marketing, public relation dan personal selling (Simamora, 2010:756)

Untuk mengetahui dan menganalisis apakah strategi bauran promosi yang dilakukan oleh Toko Cahaya Phone Gorontalo sebagai agen resmi Handphone Oppo. Diharapkan melalui Strategi bauran promosi yang unik dan kreatif akan menjadikan para konsumen lebih tertarik dibandingkan dengan cara-cara monoton yang sudah biasa dilakukan. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis termotivasi untuk meneliti masalah ini secara ilmiah melalui suatu penelitian yang diformulasikan dalam judul : "Penerapan Strategi bauran promosi pada penjualan Handphone Merk Oppo di Toko Cahaya Phone Gorontalo".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latarbelakang tersebut diatas, peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini, diantaranya :

1. Kurangnya strategi bauran promosi yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Banyaknya perusahaan saingan yang menjual Handpohone dengan merek dan tipe yang sama yaitu handphone Oppo sehingga dibutuhkan strategi dalam persaingan merebut pangsa pasar atau konsumen.
3. Saluran distribusi produk handphone Oppo seringkali mengalami penundaan dalam pengiriman sehingga berdampak pada stock penjualan yang sesuai dengan selera konsumen di Provinsi Gorontalo.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi masalah tersebut diatas, penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan Strategi bauran promosi pada penjualan Handphone Merk Oppo di Toko Cahaya Phone Gorontalo?

1.4 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah tersebut diatas, penulis dapat merumuskan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan Strategi bauran promosi pada penjualan Handphone Merk Oppo di Toko Cahaya Phone Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Yang menjadi manfaat dalam tulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Praktis sebagai bahan informasi atau masukan bagi Toko Cahaya Phone Gorontalo dalam merumuskan dan menetapkan strategi bauran promosi yang akan dilakukannya guna meningkatkan penjualan produknya.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengetahuan dan informasi khususnya manajemen strategi.
3. Sebagai sumbangsih pemikiran yang konstruktif dalam menambah wawasan pengetahuan bagi penulis maupun bagi pihak yang melakukan penelitian lebih lanjut, sekaligus memberikan pengalaman yang sangat berarti untuk mempraktekkan teori yang telah diperoleh di bangku kuliah.

4. Diharapkan dapat memberikan masukan kepada peneliti ataupun pengguna penelitian untuk referensi awal tentang penerapan strategi bauran promosi pada penjualan Handphone Merk Oppo di Toko Cahaya Phone Gorontalo.