

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini sangat banyak pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan dengan bantuan alat teknologi modern, alat teknologi modern yaitu berbagai macam alat teknologi yang lebih canggih dari yang sudah ada sebelumnya yang diciptakan atau dibuat dengan tujuan untuk mempermudah pekerjaan manusia pada era modern ini. Teknologi modern merupakan sarana atau alat canggih yang dapat mempermudah pekerjaan yang dilakukan manusia, misalnya Laptop dan Handphone. Para pekerja membutuhkan laptop untuk memudahkan pekerjaannya dan untuk mempermudah komunikasi dalam bekerja juga dibutuhkan teknologi yang memadai seperti handphone.

Seiring perkembangan zaman perekonomian di Indonesia juga semakin berkembang pesat, perkembangan perekonomian yang terjadi secara pesat ini mendorong kesejahteraan masyarakat semakin meningkat sehingga daya beli masyarakat juga mengalami peningkatan. Pada sisi lain perkembangan perekonomian yang terjadi juga menyebabkan munculnya persaingan ketat di dunia bisnis, persaingan ketat di dunia bisnis terjadi karena banyak perusahaan – perusahaan baru yang memasuki dunia bisnis sehingga seorang pengusaha harus memiliki inovasi-inovasi baru agar perusahaan yang dimilikinya tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain serta tetap mampu bertahan dan berekmabang dengan baik.

Belakangan ini banyak toko handphone dan laptop yang bersaing dalam bentuk promosi guna meningkatkan volume penjualan, promosi merupakan kegiatan aktif yang dilakukan seseorang dalam memasarkan sebuah produk, promosi dilakukan bertujuan untuk menarik minat konsumen agar membeli produk yang ditawarkan sebuah perusahaan, promosi juga merupakan semua jenis kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendorong permintaan, dengan adanya promosi akan semakin banyak orang yang mengetahui suatu produk dan akan timbul keinginan untuk membeli sehingga akan menambah jumlah permintaan pada produk tersebut.¹ Dan dengan begitu maka volume penjualan akan bertambah dan laba yang diperoleh suatu perusahaan semakin besar.

Semakin banyak jumlah permintaan maka volume penjualan semakin tinggi, volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Sehingga dapat diartikan volume penjualan merupakan sesuatu yang menandakan naik turunnya penjualan yang dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter. Volume penjualan merupakan tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupee).²

Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan volume penjualan yaitu promosi, promosi adalah kegiatan memperkenalkan barang hasil produksi, dengan tujuan agar konsumen

¹Swastha basu, azaz-azaz marketing, (Yogyakarta : Lyberty, 2002),hal. 112

²Schiffan, volume penjualan, (Jakarta : Rineka Cipta, 2005), hal. 118

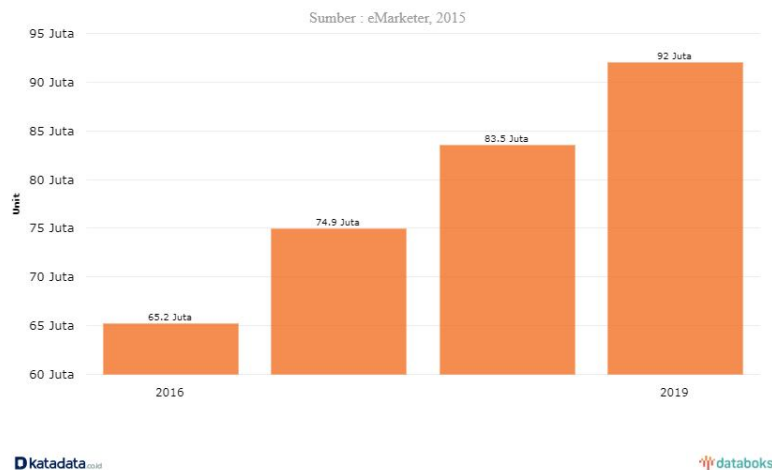
timbul minat beli hasil produksi yang diproduksinya, dengan demikian maka volume penjualan akan meningkat sehingga laba perusahaan yang diperoleh semakin besar. Tujuan promosi sendiri adalah untuk memodifikasi tingkah laku yaitu dengan memberi kesan baik yang akan diterima oleh konsumen, memberitahu mengenai hal-hal terkait produk yang telah diproduksi, dan bertujuan membujuk serta mengingatkan calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.³ Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan adanya kenaikan volume penjualan dan bertambahnya pelanggan yang mengkonsumsi suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan mereka.

Dalam setiap kegiatan promosinya, Dan Cell juga mengalami beberapa kendala yang menghambat berjalannya kegiatan promosi. Sebelum melakukan kegiatan promosi Dan Cell sudah mempersiapkan strategi yang baik guna untuk meminimalisir kemungkinan-kemungkinan kendala yang akan dihadapi. Dalam hal ini Dan Cell hanya mampu meminimalisir kendala yang akan terjadi, dalam prakteknya kegiatan promosi tetap mengalami kendala baik itu kendala kecil maupun besar. Dengan adanya kendala yang dialami, Dan Cell harus mampu mengatasi dengan baik atau menemukan solusi yang tepat sehingga kegiatan promosi tetap berjalan dengan baik serta tujuan dari promosi tersebut dapat tercapai.

³Kolter, Manajemen pemasaran, (Jakarta : Indeks, 2008), hal. 281

Dan Cell merupakan toko yang menjual Handphone, laptop, perlengkapan handphone dan laptop, dan lain sebagainya. Yang mana usaha yang dimilikinya sangat terlihat pesat perkembangannya dibanding usaha toko handphone dan laptop lainnya yang ada di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. Promosi yang dilakukan toko handphone dan laptop Dan Cell warujayeng terlihat sangat menarik pelanggan dan dapat meningkatkan volume penjualan, hal itu dapat dilihat dari semakin berkembangnya usaha yang dimiliki Dan Cell, semakin bertambah pelanggan yang datang, dan bertambahnya cabang-cabang toko yang dimilikinya bahkan selain di Kabupaten Nganjuk DanCell juga membuka Cabang diluar kota. Dengan promosi yang dibuat dengan tujuan menarik minat konsumen maka volume penjualan yang dihasilkan juga semakin meningkat apalagi dengan adanya kenaikan minat konsumen menggunakan barang elektronik Handphone yang semakin bertambah dari waktu ke waktu.

Gambar 1.1 Pengguna Smartphone (Handphone) di Indonesia



Sumber:Databoks(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/08/pengguna-smartphone-di-indonesia-2016-2019>)

Promosi yang dilakukan Dan Cell lebih menarik dibandingkan dengan konter lain salah satunya dengan harga promo yang dipatok Dan Cell lebih miring, berikut ini perbedaan dengan toko lain :

Tabel 1.1

PERBANDINGAN HARGA PROMO DENGAN TOKO LAIN

No.	Promo Pulsa	Harga Dan Cell	Harga Konter Lain
1.	Pulsa 5.000	Rp. 4.000	Rp. 6.000
2.	Pulsa 10.000	Rp. 8.000	Rp. 11.000
3.	Pulsa 20.000	Rp. 18.000	Rp. 21.000

No.	Promo Paket Data	Harga Dan Cell	Harga Konter Lain
1.	15 GB three	Rp. 5.900	Rp. 9000
2.	1 GB axis	Rp. 13.900	Rp. 15.000
3.	6,5 GB simpati	Rp. 24.900	Rp. 29.000

Dari perbedaan diatas dapat diketahui bahwa Dan Cell mematok harga promo yang lebih murah dibandingkan dengan harga promo konter lain sehingga akan lebih menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian di Dan Cell. Promosi yang dilakukan ini juga sangat menarik dan perlu dilakukan penelitian mengenai strategi pelaksanaannya.

Dari segi kelengkapan produk yang dijual, memang semua juga hampir sama dengan Dan Cell, namun ada perbedaan yang membuat konsumen lebih memilih melakukan pembelian di Dan Cell karena beberapa kemudahan yang disediakan Dan Cell, antara lain Dan Cell menyediakan pelayanan antar produk yang dipesan konsumen ke rumah konsumen, hal tersebut sangat

memudahkan konsumen dengan tetap diam dirumah sudah bisa mendapatkan barang yang di inginkan tanpa membayar ongkos kirim. Selain itu Dan Cell juga melayani kredit Handphone dan Laptop tanpa tambahan bunga untuk semua konsumen dengan persyaratan yang cukup mudah, pelayanan itu sangat mempermudah pembeli yang memiliki penghasilan sedikit untuk tetap bisa memiliki Handphone atau Laptop yang di inginkan dengan cara melakukan pembelian secara kredit dan tanpa bunga.

Promo dan pelayanan yang disediakan oleh Dan Cell dicantumkan dalam berbagai macam promosi yang dilakukan, dengan begitu maka calon konsumen mengetahui hal-hal menarik yang ada dalam promosi yang dilakukan Dan Cell sehingga timbul minat untuk membeli sehingga dapat menambah konsumen dan meningkatkan jumlah volume penjualan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengambil judul penelitian "Strategi Promosi untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Toko Handphone dan Laptop DAN Cell Warujayeng Tanjunganom Nganjuk"

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan pokok - pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Apa strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan toko handphone dan laptop Dan Cell Warujayeng?
2. Apa kendala dan solusi dalam promosi untuk meningkatkan volume penjualan pada toko handphone dan laptop Dan Cell Warujayeng?

C. Tujuan Penelitian

Bertitik tolak pada fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisa strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan toko handphone dan laptop Dan Cell Warujayeng
2. Untuk mengetahui kendala dan solusi dalam promosi untuk meningkatkan volume penjualan pada toko handphone dan laptop Dan Cell Warujayeng.

D. Batasan Masalah

Agar terhindar dari pelebaran pokok pembahasan dan penyimpangan isi, maka disusunlah ruang lingkup dan batasan yang meliputi :

1. Ruang lingkup yang diteliti yaitu strategi promosi yang dilakukan Dan Cell Warujayeng Tanjunganom Nganjuk untuk meningkatkan volume penjualan.
2. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah strategi promosi yang dikaji terkait dengan pesan dalam promosi, cara menarik dalam promosi, media promosi, harga produk dan evaluasi yang perlu dilakukan setelah promosi untuk kegiatan promosi yang selanjutnya, kendala promosi serta solusi dari kendala dalam kegiatan promosi yang dilakukan Dan cell Warujayeng Tanjunganom Nganjuk.

E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat atau kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini antara lain :

1. Kegunaan Teoritis, secara teoritis digunakan untuk menambah dan memperluas wawasan mengenai strategi promosi guna meningkatkan volume penjualan serta dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sama dan sebagai tambahan pustaka IAIN Tulungagung.
2. Kegunaan Praktis

A. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk kemajuan instansi, sekaligus koreksi atas kekurangan-kekurangan yang ada. sehingga setelah penelitian ini permasalahan dapat diselesaikan dengan baik dan membawa dampak yang baik bagi perusahaan.

B. Bagi Akademik

Menambah pustaka IAIN Tulungagung dan bermanfaat menambah wawasan serta pengetahuan khususnya bagi mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah tentang strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan.

C. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kegunaan penelitian ini untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan, sebagai bahan rujukan, serta menambah pengembangan penelitian selanjutnya untuk menyempurnakan penelitian ini.

F. Definisi Istilah

Untuk menghindari adanya kesalah pahaman dalam memahami judul skripsi, maka dijelaskan istilah-istilah sebagai berikut :

1. Definisi Konseptual

- a. Strategi adalah penerjemahan visi suatu perusahaan kedalam rumusan kebijakan jangka panjang sebagai pedoman dalam menjalankan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan serta untuk membuat keputusan yang relevan mengenai sumber daya yang dimiliki perusahaan.⁴ Menurut Chandler Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan pengalokasian semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.⁵
- b. Promosi adalah suatu komunikasi pemasaran, yang artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk calon konsumen, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar

⁴Mardufin Haming, Mahfud Numajamuddin, *Manajemen Produksi Modern, Buku Ke-1 Edisi Ke-2*, (Jakarta:PT. Bumi Aksara, 2011), hal. 49

⁵ Rangkuti Freddy. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1997) hal 4.

bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁶

- c. Volume penjualan adalah jumlah suatu produk yang terjual dalam kegiatan penjualan produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan dalam ukuran waktu tertentu.

2. Definisi Operasional

Untuk meningkatkan volume penjualan pada toko handphone dan laptop Dan Cell Warujayeng perlu adanya strategi-strategi yang baik dalam melakukan promosi. Yang dimaksud dalam judul proposal skripsi ini “Strategi Promosi untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Toko Handphone dan Laptop DAN Cell Warujayeng” adalah mengetahui, mempelajari, dan menguraikan terhadap hal-hal yang mengenai strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan pada toko handphone dan laptop DAN Cell Warujayeng.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah memahami penelitian, sistematika penulisan pembahasan skripsi terkait dari beberapa Bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika penulisan skripsi.

⁶Fandy Tjiptono, Strategi pemasaran edisi ketiga cetakan pertama. (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), hal. 219.

BAB II : LANDASAN TEORI

Terdiri dari uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori besar dan teori-teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Terdiri atas pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bagian ini menguraikan tentang hasil penelitian dan paparan data yang terkait dengan tema skripsi yang didapatkan melalui metode- metode yang telah diuraikan

BAB V : PEMBAHASAN

Menguraikan pembahasan lebih dalam terkait data hasil penelitian yang didapatkan dari tempat penelitian dan kajian dengan teori yang telah diuraikan pada bab sebelumnya.

BAB VI : PENUTUP

Terdiri atas kesimpulan dan saran atau rekomendasi.

Bagian akhir, terdiri atas daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.