

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perubahan dalam dunia usaha yang semakin cepat mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, masalah pokok yang sering terjadi di hadapi perusahaan ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik calon konsumen dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat terus berkembang dan bertahan.

Suatu perusahaan memiliki banyak aktivitas, tidak hanya sekedar dalam membuat produk yang bagus saja tetapi perusahaan juga harus mampu memberikan informasi mengenai keunggulan dari produk yang dihasilkan, salah satunya adalah promosi. Kegiatan promosi ini di lakukan oleh perusahaan atau pemasar untuk menginformasikan, mempengaruhi serta membujuk calon konsumen untuk menggunakan barang yang di tawarkan oleh perusahaan agar suatu usaha perusahaan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Oleh karena itu perusahaan dapat memberikan penyampaian berbagai informasi kepada calon konsumen agar calon konsumen tersebut dapat mengenali atau mengetahui produk tersebut yang akan di jamin keunggulan dan kualitas produknya. Dengan adanya persaingan di pemasaran , Perusahaan harus dapat mampu memberikan kepercayaan kepada calon konsumen bahwa produk yang di produksikan atau ditawarkan tersebut mempunyai kualitas, desain dan keunggulan yang baik serta produk yang di produksikan dapat bertahan lama sehingga calon pelanggan tersebut dapat menjadi pelanggan tetap perusahaan.

Melihat dari kenyataan itu sendiri tidak dipungkiri bahwa produk meubel furniture kayu jati tersebut sangat tinggi dikalangan menengah atas. Dengan banyaknya akan kebutuhan meubel tersebut dapat memaksimalkan jumlah penjualan yang akan dihasilkan. Namun, hal itu belum dapat memberikan pangsa pasar proses dan strategi promosi yang dimiliki oleh CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang, Hal ini dapat dilihat bahwa CV Indah Prima Furniture &

Galery Palembang baru menggunakan promosi melalui media iklan seperti surat kabar dan hubungan masyarakat atau yang sering lebih di kenal dengan istilah publisitas. Dengan menggunakan promosi media iklan surat kabar banyak calon konsumen yang kurang tertarik dengan promosi yang digunakan melalui surat kabar atau koran karena pembeli juga kurang minat untuk membaca sebuah koran sehingga banyak pembaca tidak memperdulikan koran tersebut.

CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang ini menjual berbagai produk meubel jadi, usaha ini harus bersaing dengan penjual lainnya, agar dapat memaksimalkan penjualannya. Dan dapat menggunakan promosi lainnya seperti memasang banner, brosur, tidak hanya mempromosikan lewat media cetak surat kabar atau publisitas karena calon konsumen tidak banyak mengetahui akan adanya promosi produk tersebut, dengan memilih strategi yang tepat untuk usaha ini agar produk ini dapat lebih di kenal oleh calon konsumen dan dapat membujuk calon konsumen untuk membeli produk meubel furniture serta dapat mencapai suatu tujuan usaha perusahaan.

Promosi penjualan yang dilakukan pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang ini menggunakan promosi kartu diskon dan potongan harga agar dapat menciptakan respon yang lebih tepat kepada pelanggan. Konsumen dapat mengetahui akan produk tersebut dan akan menjadi pelanggan tetap pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang agar dapat memperluas daerah pemasaran dan menjadikan promosi ini banyak diketahui oleh konsumen dan dapat memperoleh keuntungan jumlah penjualan dan dapat memaksimalkan penjualan bagi CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang.

Kebutuhan alat-alat rumah tangga sangat berperan penting bagi konsumen karena dengan adanya kebutuhan furniture ini dapat menjadikan konsumen untuk mendapatkan furniture tersebut sebagai kebutuhan sehari-hari, seperti kursi, meja, lemari, buffet dan lain sebagainya.

Pemasar diharapkan dapat lebih mengenal pembeli meskipun hal itu tidak mudah, Mengenal pembeli disini adalah mempelajari keinginan, persepsi dan perilaku konsumen pembelian sasaran, pada era pertumbuhan ekonomi sekarang

semakin menjauhkan kontak langsung antara manajer pemasaran dengan para pembeli. (Sumarni, 2002 :234)

CV Indah Prima Furniture & Galery ini sudah berdiri pada tanggal 14 Januari 2000 dan sudah 14 tahun CV Indah Prima & Galery ini berkembang di Palembang tidak hanya di provinsi Palembang saja tetapi juga di daerah Jawa Tengah khususnya di Jepara. CV Indah Prima Furniture & Galery sudah dikenal oleh masyarakat Palembang karena keunggulan produksi kayu jati ini bertahan lama dan banyak menjual berbagai macam produk diantaranya yang di jual adalah meja, kursi, lemari, kaca lemari, pembatas ruangan, dan masih banyak lainnya. Perusahaan dengan adanya strategi promosi masyarakat dapat mengetahui tentang produk kayu jati serta dapat meningkatkan target pasar meubel kayu jati pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **STRATEGI PROMOSI PRODUK MEUBEL KAYU JATI PADA CV INDAH PRIMA FURNITURE & GALERY PALEMBANG**”

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi promosi dapat meningkatkan jumlah konsumen produk meubel kayu jati pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang ?
2. Dengan tidak adanya promosi produk meubel kayu jati pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang sehingga jumlah konsumen akan lebih sedikit dibandingkan dengan adanya promosi.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk menjaga agar penulisan ini terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang di bahas, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan. Adapun ruang lingkup yang akan di bahas adalah strategi promosi untuk meningkatkan jumlah konsumen pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sejauh manakah perusahaan dapat menentukan strategi promosi sehingga dapat meningkatkan jumlah konsumen produk kayu jati pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang.
2. Agar perusahaan dapat menambah kegiatan promosi yang digunakan untuk meningkatkan jumlah konsumen pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis
Agar dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan melalui pengalaman dalam melaksanakan penelitian, serta dapat mengembangkan dan penerapan ilmu dan pengetahuan yang selama ini didapat di perkuliahan.
2. Bagi perusahaan
Agar dapat memberikan informasi yang berguna dan sebagai masukan bagi perusahaan mengenai strategi promosi, sehingga dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan laba untuk mencapai tujuan perusahaan di masa yang akan datang.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang agar dalam penulisan Laporan akhir ini terarah dan tidak menyimpang dari masalah-masalah yang ada.

1.6 Jenis dan Sumber Data

1.6.1 Data Primer

Menurut Kuncoro (2003:127), Data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Dalam hal ini adalah hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pemilik usaha pada CV Indah Prima & Furniture Galery Palembang.

1.6.2 Data Sekunder

Menurut Kuncoro (2003:127), Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Artinya data telah di olah dari CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang seperti Sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi karyawan, daftar nama karyawan, uraian tugas karyawan, aktivitas perusahaan.

1.7 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akan diperlukan dalam penulisan Laporan Akhir ini, maka penulis menggunakan beberapa metode yaitu:

1. Riset Lapangan
 - a. Wawancara (*interview*)

Menurut Umar (2003:51), Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang di wawancara. Dalam hal ini penulis melakukan tanya jawab secara langsung kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan strategi promosi pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang serta

untuk memberikan informasi atau data-data yang mengenai sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi dan pembagian tugas karyawan

2. Riset Kepustakaan

Merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan permasalahan yang ada.

1.8 Analisis Data

Dalam laporan akhir ini, penulis menggunakan metode kualitatif yakni uraian-uraian dengan menggunakan data-data referensi yang baik maupun buku-buku yang berhubungan dengan manajemen pemasaran sehingga dapat di ambil dari suatu dari kesimpulan yang dapat dijadikan masukan bagi CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang mengenai strategi promosi produk meubel kayu jati. Menurut Yusi (2009:5) analisis data secara kualitatif yaitu menganalisa data berdasarkan informasi yang diperoleh dari wawancara.

1.9 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika pembahasan ini penulis akan mengemukakan secara sistematika apa-apa saja materi yang akan dibahas dalam laporan akhir ini. Adapun sistematika penyusunan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan masalah pokok-pokok yang mengenai tentang:

- 1.1 Latar Belakang Permasalah Judul
- 1.2 Perumusan Masalah
 - 1.1.1 Rumusan Masasalah Umum
 - 1.1.2 Rumusan Masalah Khusus
- 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan
- 1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan
 - 1.4.1 Tujuan Penulisan
 - 1.4.2 Manfaat Penulisan
- 1.5 Metodologi Penelitian
 - 1.5.1 Ruang Lingkup Penellitian
 - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
 - 1.5.3 Metode Pengumpulan Data
 - 1.5.4 Analisis Data.
- 1.6 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis mengemukakan beberapa teori yang menunjang penulisan Laporan Akhir, yaitu:

- 2.1 Pemasaran
 - 2.1.1 Pengertian Pemasaran
- 2.2 Strategi Promosi
 - 2.2.1 Pengertian Strategi Promosi
 - 2.2.2 Manfaat Strategi Promosi
- 2.3 Promosi
 - 2.3.1 Pengertian Promosi
 - 2.3.2 Tujuan Promosi

2.4 Periklanan

2.4.1 Pengertian Periklanan

2.4.2 Tujuan Periklanan

2.4.3 Jenis-jenis Media Periklanan

2.5 Produk

2.5.1 Pengertian Produk

2.5.2 Klasifikasi Produk

2.5.3 Jenis Produk

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan diuraikan hal-hal yang berhubungan dengan objek penelitian yaitu mengenai profil suatu perusahaan. Antara lain:

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan

3.2 Profil Pemilik

3.3 Struktur Organisasi CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang

3.4 Daftar Nama Karyawan

3.5 Produk yang dijual CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang

3.6 Volume Penjualan pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang

3.7 Promosi yang digunakan pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang

3.7.1 Periklanan

3.8 Kegiatan promosi yang digunakan pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang

3.9 Kemajuan produk pada CV Indah Prima Furniture & Galery Palembang

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang Strategi Promosi yang digunakan pada CV Indah Prima & Furniture Galery Palembang.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang merupakan kesimpulan dari masalah yang telah dibahas dalam bab-bab sebelumnya yang terdiri

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran