

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya yang mempertahankan kelangsungan usahanya untuk berkembang dan untuk mendapatkan untung atau laba. Berhasil tidaknya dalam usaha dan dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung bagaimana keahlian pengusaha yang mengolah dalam bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun dalam bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar. Menurut Kotler (2014), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain.

Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan usaha adalah mencari laba sebanyak-banyaknya. Keberhasilan dalam usaha mencapai tujuan yang telah diharapkan dipengaruhi oleh kemampuan pengusaha dalam memasarkan produknya. Pengusaha dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang di harapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing usaha yang sama. Menurut Webster (1981) Adalah suatu aktivitas pembuatan, pembelian atau penjualan barang dan jasa yang kemudian dipertukarkan dengan uang, kerja atau aktivitas yang merupakan bagian dari pekerjaan Jumlah aktivitas yang telah diselesaikan oleh sebuah toko, perusahaan, pabrik dan lain lain.

Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan atau memutuskan pembelian maka pengusaha harus bisa menetapkan suatu strategi bisnis yang tepat dan sesuai dalam pemasaran. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi. Bauran Promosi adalah kombinasi dari alat promosi termasuk periklanan, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan digunakan untuk mencapai pasar sasaran dan memenuhi tujuan organisasi

secara keseluruhan Lamb (2001). Adapun bidang-bidang yang dikaji dalam bagian promosi menurut Tjiptono (2008) Bauran Promosi (*Promotion Mix, Promotion Blend, Communication Mix*) terdiri dari: *Personal Selling, Mass selling, Promosi Penjualan, Public Relation* (Hubungan Masyarakat) dan *Direct Marketing*. Namun dalam penelitian kali ini, peneliti hanya memfokuskan hanya pada pengoptimalan fungsi *Personal Selling, Mass selling* dan Promosi Penjualan guna peningkatan *Volume Penjualan*.

Sektor makanan dan minuman dalam hal ini yang menjadi topik pembicaraan pada masa kini, dalam hal ini bidang usaha café. Café merupakan sektor yang sangat pesat perkembangannya dan sangat diminati, khususnya di Kabupaten Jember, bisa dibilang usaha tersebut telah menjamur dan tersebar hampir diseluruh wilayah kabutpaten. Hal sedemikian tersebut, memunculkan daya persaingan yang sangat ketat diantara para pemilik usahanya, oleh sebab itu, dibutuhkan kreatifitas, inovasi dan pembuatan peluang usaha yang baik, tidak hanya dalam hal menu makanan dan minuman ataupun pengemasan konsep lokasi, namun dalam hal penciptaan suasana café yang nyaman bagi pelanggan dan metode pemasaran juga sangat penting untuk bisa bertahan dalam ketatnya persaingan usaha. Café Happy Coffee Jember merupakan salah satu dari sekian banyak usaha disektor makanan dan minuman yang ada di Kabupaten Jember. Dalam sistem manajemen usaha, Café Happy Coffee Jember juga telah memperhatikan dan melaksanakan kedua unsur penting tersebut diatas sebagai sarana untuk mempertahankan eksistensinya dalam bidang usaha makanan dan minuman.

Pola bauran promosi yang telah dijalankan oleh Café Happy Coffee Jember diantaranya adalah dengan menjajakan serta menawarkan produknya secara langsung ke pelanggan yang datang ke cafe. Selain itu, untuk menunjang lebih dalam promosi untuk meningkatkan minat beli pelanggan cafe ini mempunyai sistem pelayanan yang baik dengan menyapa pada pelanggan dengan baik. Dan menawarkan beberapa promo untuk meningkankan penjualan dengan cara penawaran diskon pada pelanggan dan ada beberapa paket hemat untuk porsi beberapa orang sebagai bentuk dari *Personal Selling*. Café Happy Coffee Jember juga memanfaatkan media online dalam bentuk jejaring sosial sebagai

sarana pemasarannya Instagram, Facebook maupun secara penyebaran pada Whatsapp dan Blackberry Messenger sebagai bentuk dari *Mass Selling*. Sedangkan untuk pemasaran *offline* yaitu lebih dengan penyebaran brosur dan media cetak lainnya. Adapun yang menunjang promosi untuk melancarkan pemasaran cafe tersebut dengan dibantu dengan adanya event atau acara sebagai bentuk dari Promosi Penjualan. Semua bentuk bauran promosi yang telah dijalankan tersebut merupakan langkah yang telah Café Happy Coffee Jember jalankan sebagai ajang untuk meningkatkan *Volume* Penjualan.

Lebih jelasnya, Table 1.1 dibawah ini menunjukkan keadaan perkembangan hasil penjualan café Happy Coffee Jember dari bulan Agustus 2017 s.d April 2018.

**Tabel 1.1 Rekapitulasi Hasil Penjualan Café Happy Coffee Jember**

No	Bulan	Tahun	Target Penjualan	Hasil Perbulan	Presentase Penjualan
1	Agustus	2017	Rp. 12.000.000.00	Rp. 12.220.000.00	101,83 %
2	September	2017	Rp. 12.000.000.00	Rp. 12.450.000.00	103,75 %
3	Oktober	2017	Rp. 12.000.000.00	Rp. 11.580.000.00	96,50 %
4	November	2017	Rp. 12.000.000.00	Rp. 11.700.000.00	97,50 %
5	Desember	2017	Rp. 12.000.000.00	Rp. 11.950.000.00	99,58 %
6	Januari	2018	Rp. 12.000.000.00	Rp. 12.760.000.00	106,33 %
7	Februari	2018	Rp. 12.000.000.00	Rp. 12.650.000.00	105,42 %
8	Maret	2018	Rp. 12.000.000.00	Rp. 12.700.000.00	105,83 %
9	April	2018	Rp. 12.000.000.00	Rp. 12.340.000.00	102,83 %

Dari Table tersebut menunjukkan bahwa hasil penjualan café Happy Coffee Jember cenderung secara dominan telah melebihi dari target penjualan yang ditetapkan, meskipun terjadi penurunan pendapatan dari penjualan atau tidak tercapainya target penjualan selama 3 bulan berturut diakhir tahun 2017 yaitu pada bulan Oktober yaitu dengan presentase penjualan sebesar 96,50 %, bulan November sebesar 97,50 % dan bulan Desember sebesar 99,58%. Namun, Secara keseluruhan berdasarkan data penjualan diatas, café Happy Coffee bisa dikategorikan sebagai salah satu cafe dengan manajemen yang cukup baik untuk bisa mempertahankan bidang usahanya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti faktor – faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan pada café Happy Coffee Jember setelah pergantian managerial dengan judul **“Pengaruh**

## **Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan Pada Café Happy Coffee Jember”.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan mengacu pada penjelasan tersebut diatas, dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah Personal Selling berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada café Happy Coffee Jember?
- b. Apakah Mass Selling berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada café Happy Coffee Jember?
- c. Apakah Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada café Happy Coffee Jember?
- d. Apakah Personal Selling, Mass Selling, Dan Promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan pada Cafe Happy Coffe Jember ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

- a. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh Personal Selling terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada café Happy Coffee Jember?
- b. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh Mass Selling terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada café Happy Coffee Jember?
- c. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh Promosi Penjualan terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada café Happy Coffee Jember?
- d. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh personal selling, mass selling dan promosi penjualan terhadap volume penjualan pada Cafe Happy Coffe Jember?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian diharapkan dapat memberi manfaat secara langsung maupun tidak langsung terhadap :

a. Bagi Peneliti

Sebagai bahan masukan bagi para peneliti yang akan mengadakan penelitian lebih mendalam tentang Bauran Promosi khususnya Personal Selling, Mass Selling dan Promosi Penjualan. Penelitian ini juga untuk memperluas informasi serta menambah wawasan dan sebagai dasar perbandingan teori yang diperoleh selama perkuliahan.

b. Bagi Perusahaan

Dengan hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan café Happy Coffee Jember untuk mengadakan evaluasi dalam managerial usaha, demi perkembangan dan kemajuan perusahaan.

c. Bagi Akademisi

Sebagai sumbangan pustaka yang dapat menjadi referensi bagi pembaca tentang pengaruh Personal Selling, Mass Selling dan Promosi Penjualan, sehingga dapat menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya.

