

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pemasaran dalam suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, melakukan perkembangan terhadap perusahaan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai laba. Perusahaan berusaha mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen pasar sasarannya serta bagaimana memuaskan mereka melalui proses pertukaran dengan tetap memperhatikan tujuan dan keinginan semua yang terkait dengan perusahaan.

Dari waktu ke waktu bisnis dibidang makanan mempunyai kecenderungan terus meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Sejak dahulu hingga saat ini makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan yang dikategorikan dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan tersebut manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan. Kebutuhan manusia akan pangan selalu menjadi salah satu kebutuhan yang penting sekali di zaman modern ini, industri jasa makanan telah menjadi bagian yang sangat penting di kehidupan manusia. Karena makanan sebagai kebutuhan teratas maka saat ini banyak produsen yang berusaha dibidang industri makanan.

Semakin banyaknya bisnis makan yang berkembang khususnya bisnis Cafe, tidak semuanya mampu bertahan lama. Sebagian besar bisnis tersebut jatuh

atau bangkrut karena beberapa faktor, antara lain faktor manajemen yang masih sederhana, kekurangan modal usaha dan hilangnya konsumen untuk mencari alternatif produsen lain. Dalam bidang pemasaran, kondisi paling sulit adalah mempertahankan konsumen untuk selalu menggunakan produk dari penjual.

Makanan adalah sebuah industri yang tidak pernah mati. Untuk membuat sebuah makanan terlebih dahulu harus memikirkan secara matang dengan keadaan pasar, maka sebuah produk yang dihasilkan harus mempunyai kelebihan rasa, dan cara penyajiannya untuk menarik pelanggan agar datang ketempat tersebut, dengan itu perusahaan dapat berjalan sesuai yang diinginkan. Selain itu makanan juga harus memperhatikan produk dan promosi yang menarik sebagai faktor yang paling penting dalam usahanya.

Dilihat sekilas, dapat diketahui bahwa untuk persaingan jasa industri makanan dan minuman, tingkat persaingannya sangat tinggi. Ketatnya iklim persaingan pada industri makanan dan minuman mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagai konsekuensinya setiap usaha-usaha penyedia layanan jasa perlu memperhatikan usaha-usaha apa saja yang harus ditingkatkan dan diberikan oleh konsumen sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen.

Promosi adalah kombinasi strategis yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, spanduk dan alat promosi lainnya yang mencapai tujuan sebuah perusahaan. Promosi merupakan kegiatan perusahaan yang tujuan utamanya meningkatkan volume penjualan. Promosi merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang didayagunakan sebagai suatu komunikasi informasi dan

arus informasi yang dibuat untuk memberitahu, membujuk, dan mengingatkan tentang suatu produk perusahaan sehingga dapat mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Dalam melakukan kegiatan promosi tidak lepas dari biaya yang dikeluarkan demi mencapai hasil yang efektif. Perusahaan harus menganggarkan biaya promosi dengan sebaik mungkin untuk menghindari terjadinya kerugian dengan menyesuaikan bentuk promosi yang dilakukan. Biaya promosi merupakan sejumlah dana yang dikeluarkan perusahaan dalam melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan penjualan.

Sebuah usaha dikatakan berkembang dan mampu bertahan jika mempunyai indikator awal yaitu penjualan yang bagus, atau dengan kata lain penjualan yang meningkat dari waktu ke waktu. Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari laba.

Pada umumnya di Kota Langsa sendiri sudah banyak berdiri Cafe yang letaknya pun sangat strategis sehingga mudah dijumpai. Persaingan antar perusahaan ini menjadi sangat ketat, sehingga setiap perusahaan Cafe perlu memiliki strategi khusus untuk menghadapi persaingan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Cafe JMbaran sebagai salah satu usaha penjualan makanan dan minuman yang berdiri pada tahun 2005 yang terletak di Jln.A.Yani. Cafe JMbaran perlu berupaya menciptakan keunggulan bersaing. Promosi pada

Cafe JMbaran masih kurang terlihat dimasyarakat, dan belum adanya promosi dalam bentuk radio ataupun brosur.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan manajer Cafe JMbaran tentang hal-hal yang mempengaruhi volume penjualan, salah satunya dari segi promosi yang dilakukan masih kurang maksimal sehingga konsumen masih kurang mengetahui tentang promosi di Cafe JMbaran yang pada akhirnya berpengaruh terhadap volume penjualan. Bentuk promosi yang dilakukan masih sederhana yaitu berupa spanduk yang letaknya hanya di depan Cafe JMbaran. Hal ini disebabkan oleh biaya promosi yang dibatasi oleh manajemen sehingga kebutuhan akan promosi yang sifatnya meluas menjadi terbatas.

Besarnya data penjualan pada Cafe JMbaran pada Bulan Januari 2016 sampai Maret 2017 sebagaimana tabel berikut:

**Tabel I-1**  
**Volume Penjualan pada Cafe JMbaran**  
**pada Bulan Januari 2016-Maret 2017**

<b>No</b>	<b>Bulan dan Tahun</b>		<b>Jumlah (Rp)</b>
1	Januari	2016	100.050.000
2	Februari	2016	112.063.000
3	Maret	2016	93.024.000
4	April	2016	101.040.000
5	Mei	2016	106.073.000
6	Juni	2016	163.040.000
7	Juli	2016	142.023.000
8	Agustus	2016	125.520.000
9	September	2016	100.135.000
10	Oktober	2016	118.350.000
11	November	2016	97.324.000
12	Desember	2016	131.655.000
13	Januari	2017	124.285.000
14	Februari	2017	100.024.000
15	Maret	2017	111.143.000
	<b>Jumlah</b>		<b>1.725.749.000,-</b>

Sumber : Cafe JMbaran, 2017

Berdasarkan tabel 1.1 data pada penjualan pada Cafe JMbaran dapat dilihat bulan ke bulan mengalami fluktuasi, pada bulan maret tahun 2016 data penjualan mengalami penurunan sebesar Rp. 93.024.000,- secara signifikan sedangkan pada bulan Juni 2016 data penjualan mengalami kenaikan sebesar Rp. 163.040.000,- secara signifikan. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Cafe JMbaran Kota Langsa”**.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada Cafe JMbaran Kota Langsa?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada Cafe JMbaran Kota Langsa

### **1.4. Kegunaan penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini yaitu :

1. Memberikan informasi dan masukan bagi Cafe JMbaran yang berkaitan dengan biaya promosi dan volume penjualan.
2. Sebagai referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dan mengkaji masalah yang sama dimasa yang akan datang, serta pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam hal ini.