

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

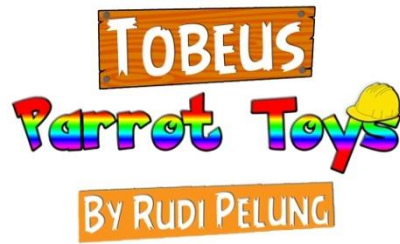
Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, membuat perusahaan berusaha mencari strategi yang cepat dan tepat dalam memasarkan produknya. Dalam era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan dilingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan serta memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumennya.

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan tertentu sehingga dapat tetap hidup dan berkembang. Salah satu tujuan perusahaan tersebut adalah dengan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Tingkat keuntungan dapat dipertahankan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, salah satunya melalui usaha mencari dan membina langganan. Kegiatan pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dan berpengaruh bagi perusahaan untuk itu bagian pemasaran harus mempunyai strategi yang mantap dalam melihat peluang atau kesempatan yang ada, sehingga posisi perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus dapat ditingkatkan. Strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen merupakan cara terbaik yang dapat dilakukan perusahaan.

Bisnis di Indonesia sudah sangat banyak, dari perusahaan mikro sampai perusahaan besar, sehingga persaingan bisnis semakin kompleks. Persaingan dalam menjual produk maupun jasa semakin banyak, sehingga banyak para perusahaan menawarkan produk maupun jasanya dengan berbagai macam cara dan berbagai menggunakan berbagai macam strategi promosi agar konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang dijual. Banyak perusahaan menjual barang atau jasanya bersebelahan dengan pesaing yang menjual barang yang sama sehingga persaingan pun semakin berat.

Hal tersebut juga menuntut setiap individu untuk bersaing baik dalam mencari pekerjaan ataupun membuka lapangan pekerjaan. Oleh karena itu, Ide-ide kreatif sangat diperlukan guna memenangkan sebuah persaingan yang kompetitif dalam bidang apapun.

Salah satu dari ide tersebut adalah ide membuat mainan untuk burung paruh bengkok. Mungkin sebagian orang masih awam dengan ide tersebut tetapi ide tersebut memiliki pangsa pasar yang cukup luas, terbukti dari jumlah anggota dan komunitas burung paruh bengkok yang terdapat dalam media sosial maupun dunia nyata yang sangat banyak sekali. Hal tersebut dapat menjadi acuan karena semakin banyak penghobi burung paruh bengkok maka ada kemungkinan sebagian dari mereka membeli produk dari *Tobeus Parrot Toys*.



Gambar I.1

Logo *Tobeus Parrot Toys*

Sumber: <https://www.facebook.com/parrot.indonesia/photos/a.10150569217490951.372131.91768095950/10152872588370951/?type=1&theater> (diakses pada 29 Juli 2017)

Gambar I.1 merupakan logo dari *Tobeus Parrot Toys* yang resmi digunakan sejak tahun 2009.



Gambar I.2

Tobeus Parrot Toys

Sumber: <https://www.facebook.com/parrot.indonesia/photos/a.10150569217490951.372131.91768095950/10152872588370951/?type=1&theater> (diakses pada 29 Juli 2017)

Pada Logo tersebut terdapat kata *To Be Us Parrot Toys* jika di terjemahkan ke dalam bahasa Indonesia artinya yaitu untuk digunakan sebagai mainan burung. Pada dasarnya *Tobeus Parrot Toys* merupakan bisnis yang bergerak di bidang pembuatan alat mainan untuk burung paruh bengkok sehingga kata tersebut disematkan dalam logo dari *Tobeus Parrot Toys*.

BY RUDI PELUNG

Gambar I.3

Nama Owner *Tobeus Parrot Toys*

Sumber: <https://www.facebook.com/parrot.indonesia/photos/a.10150569217490951.372131.91768095950/10152872588370951/?type=1&theater> (diakses pada 29 Juli 2017)

Dibawah kata *To Be Us Parrot Toys* terdapat nama *owneri* dari *Tobeus Parrot Toys* yaitu bapak Rudi.

Tobeus Parrot Toys merupakan *brand* yang dimiliki oleh bapak Rudi atau yang sering dikenal dengan bapak Rudi Pelung. *Tobeus Parrot Toys* berdiri sejak tahun 2009 berawal dari hobi memelihara unggas dan berbisnis, membuat bapak Rudi melakukan beberapa riset guna mengaplikasikan ide-ide nya. Seiring waktu berjalan *Tobeus Parrot Toys* sudah menjual lebih dari ribuan produk dan memproduksi 40 macam produk khusus untuk burung paruh bengkok.

Salah satu cara untuk mempertahankan usaha bahkan mengembangkan usaha yang sedang jalani adalah dengan menentukan strategi promosi yang baik. Pengertian promosi menurut William Shoel dalam buku yang berjudul Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa karangan Buchari Alma menyatakan bahwa

promotion is marketers effort to communicate with target audiences. Communication is the process of influencing others behavior by sharing ideas, information or feeling with them. Artinya adalah promosi ialah usaha yang

dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon *audiens*. Komunikasi adalah sebuah proses mebagi ide, informasi, atau perasaan *audiens*¹

Promosi yang baik merupakan ujung tombak dari usaha yang dijalani, jika tepat dalam menentukan strategi promosi maka akan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang kita tawarkan dan sebaliknya jika salah dalam menentukan strategi promosi maka kerugian yang akan diperoleh oleh perusahaan.

Oleh karena itu berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka judul yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah : **ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DARI *TOBEUS PARROT TOYS***.

B. Perumusan Masalah

Sesuai latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan, maka penulis membuat perumusan masalah dalam karya ilmiah ini, adalah sebagai berikut :

1. Alat promosi apa sajakah yang digunakan untuk menjaring minat calon konsumen untuk membeli produk dari *Tobeus Parrot Toys* ?
2. Apakah promosi berperan penting dalam menciptakan minat calon pelanggan untuk membeli produk dari *Tobeus Parrot Toys* ?
3. Apakah promosi dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk dari *Tobeus Parrot Toys* ?
4. Bagaimanakah penilaian responden untuk tiap-tiap promosi yang dilakukan oleh *Tobeus Parrot Toys* ?

¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2015). P.179

C. Tujuan dan Manfaat

Maksud penulis melakukan penelitian pada *Tobeus Parrot Toys* adalah untuk mengkaji peranan promosi dalam meningkatkan penjualan harian dari *Tobeus Parrot Toys* sebagai bahan penyusunan karya ilmiah guna memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya. Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari promosi terhadap keputusan pembelian produk dari *Tobeus Parrot Toys* dan berapa persen besar pengaruh dari promosi terhadap keputusan pembelian produk dari *Tobeus Parrot Toys*
- b. Untuk mengetahui alat promosi apa sajakah yang digunakan untuk menjaring minat calon konsumen untuk membeli produk dari *Tobeus Parrot Toys*
- c. Untuk mengetahui peran promosi dalam menciptakan minat calon pelanggan untuk membeli produk dari *Tobeus Parrot Toys*

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan suatu bahan masukan serta bahan pertimbangan yang berguna bagi perusahaan dalam menentukan strategi promosi yang tepat sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan dari produk *Tobeus Parrot Toys*.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis mengenai peran promosi dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk dari *Tubeus Toys Parrot*. Serta dapat mengaplikasikan ilmu yang penulis dapatkan pada bangku perkuliahan.

c. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi untuk memperkaya wawasan pengetahuan dan sebagai bahan referensi bagi penulis lain yang akan menyusun karya ilmiah.

