

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi yang berkembang pesat saat ini mengakibatkan manusia setiap kali akan mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya, dan juga pengaruh perilaku pesaing didalam menjalankan bisnisnya. Hal ini membuat persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan bisnisnya. Usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan yang bertujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. (Kotler dan Amstrong, 2008).

Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Swasta dan Irawan (2008) berpendapat bahwa promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan

seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi ini bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya. Promosi juga sebagai upaya untuk memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima oleh publik.

Ada beberapa jenis promosi yaitu: iklan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas, dan *direct marketing*. Beberapa jenis promosi tersebut merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan pada pemasaran itu sendiri, sehingga tanpa keberadaannya pemasaran sama sekali tidak bisa berjalan.

PT Sumur Batu Berkah Teknik merupakan perusahaan yang bergerak dibidang usaha perdagangan dan jasa sistem otomasi oleh mesin robot dan juga melakukan *maintenance & repair*. PT Sumur Batu Berkah Teknik juga melakukan kerja sama dengan perusahaan lain terutama perusahaan yang bergerak di bidang mesin untuk melakukan sistem otomasi dan dalam perkembangannya menambah kuantitas konsumennya dan agar tetap dapat bersaing dengan kompetetitor. Adapun data penjualan dagang dan jasa sistem otomasi *maintenance & repair* pada PT Sumur Batu Berkah Teknik pada periode Februari – Desember 2021 terlihat pada Tabel 1.1 dibawah ini.

Tabel 1.1
Data Penjualan PT Sumur Batu Berkah Teknik

Data Penjualan	
PT Sumur Batu Berkah Teknik	
2021	
Bulan	Jumlah
Januari	Rp. -
Februari	Rp. 186.334.500
Maret	Rp. 436.480.000
April	Rp.1.021.999.000
Mei	Rp. 21.109.000
Juni	Rp. 94.620.900
Juli	Rp. 61.127.000
Agustus	Rp. 35.888.325
September	Rp. 168.986.300
Oktober	Rp. 324.070.000
November	Rp. 91.300.000
Desember	Rp. 711.832.000
TOTAL	Rp. 3.153.747.025

Sumber : PT Sumur Batu Berkah Teknik

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat data penjualan rata-rata tidak terlalu besar dan mengalami fluktuatif setiap bulannya. Penjualan terbesar yang dicapai PT Sumur Batu Berkah Teknik pada bulan April 2021 dengan total pendapatan Rp 1.021.999.000 dikarenakan pada bulan Maret 2021 Cikarang dan sekitarnya mengalami banjir sehingga banyak mesin pabrik yang mengalami kendala dalam melakukan produksi yang membutuhkan service atau *maintenance*. Kemungkinan penjualan yang tidak terlalu besar itu dikarenakan kurangnya promosi

Berdasarkan pengamatan penulis, promosi yang dilakukan di PT Sumur Batu Berkah Teknik tidak menggunakan media apapun kecuali promosi *personal selling* dan *word of mouth* atau promosi dari mulut ke

mulut yang hanya dilakukan oleh bapak Suheri sendiri melalui kenalan yang dimiliki.

Walaupun omset rata-rata meningkat, promosi hanya dilakukan melalui *personal selling* dan *word of mouth* serta dalam lingkungan kenalan sendiri, hal itu tentu membuat tidak banyak yang tahu tentang PT Sumur Batu Berkah Teknik.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul Tugas Akhir **“Analisis Promosi pada PT Sumur Batu Berkah Teknik”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan yang menjadi fokus adalah “Bagaimana promosi pada PT Sumur Batu Berkah Teknik?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui promosi pada PT Sumur Batu Berkah Teknik

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis untuk menambah dan memperdalam pengetahuan serta wawasan dalam ilmu *marketing*.

b. Bagi Mahasiswa

Mampu membantu mahasiswa dalam proses pembelajaran yang berkaitan dengan ilmu *marketing* terutama ditopik promosi.

c. Bagi Pihak lain

Sebagai pedoman atau bahan referensi bagi pihak lain yang tertarik untuk menyusun penelitian yang mempunyai permasalahan yang sama di masa yang akan datang khususnya dalam ilmu *marketing*.