

BAB 1

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mempengaruhi perkembangan perekonomian. Di era globalisasi dan teknologi yang terus berkembang, pemasaran dapat menggunakan teknologi baru untuk menjangkau konsumen di seluruh dunia dengan cepat dalam waktu singkat dan tanpa anggaran yang besar. (Novalinda rina, 2022). Dari perkembangan teknologi dan informasi tersebut perlu dirancang strategi. Strategi merupakan proses penentuan rencana pemimpin puncak yang fokus pada tujuan panjang dari organisasi, disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya mencapai tujuan (Adindo, 2021).

Promosi menjadi sangat penting untuk menerapkan salah satu elemen bauran pemasaran saat mempromosikan barang atau jasa. Kunci utama dalam promosi yaitu menciptakan pesan persuasif efektif guna menarik perhatian konsumen. Strategi promosi merupakan tindakan terencana dengan ragam elemen promosi sebagai alat untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan mengingatkan pelanggan untuk membeli barang merek tersebut guna memenuhi tujuan peningkatan penjualan. Bauran promosi dapat dilakukan secara offline maupun online. Kondisi persaingan yang semakin ketat mengharuskan suatu usaha untuk mempunyai strategi promosi untuk meningkatkan penjualan.

Penjualan merupakan kegiatan pemasaran dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Memperoleh laba yang sebesar-besarnya merupakan

tujuan umum dari setiap perusahaan. Selain itu setiap perusahaan juga memiliki tujuan khusus, yaitu untuk mencapai kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Salah satu kategori perusahaan dikatakan berhasil, apabila dapat memproduksi dan melakukan proses penjualan secara terus-menerus dengan tingkat penjualan yang semakin meningkat. Hal ini berkaitan dengan usaha perusahaan untuk meningkatkan penjualan, yaitu melalui kegiatan pemasaran berupa promosi, dimana promosi memegang peranan penting dan tidak boleh diabaikan, dikarenakan dengan promosi yang baik maka pemasaran dapat berhasil. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh optik kaca yang bernama Optik Mekar.

Optik Mekar adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang optik alat kesehatan atau alat bantu baca (Kacamata), berdiri sejak tahun 1995. Produk-produk yang ditawarkan adalah lensa, frame, sun glass, dan aksesoris lainnya. Optik Mekar memiliki 7 cabang dan mempunyai pusat di Komplek Koppas Plaza no 25C Pasar Raya Padang. Dalam hal ini optik mekar sudah memanfaatkan media sosial seperti instagram yang bernama @optikmekar_ yang sudah memiliki pengikut sebanyak 36 ribu pengikut. Optik Mekar menggunakan instagram sejak tahun 2019, penggunaan instagram kurang lebih sudah mencapai 5 tahun.

Berdasarkan Observasi pendahuluan yang peneliti lakukan pada 26 Maret 2024 bersama dengan pemilik optik yang bernama ibu Syafnide A.Md. R.O , bahwa Optik Mekar sudah melakukan berbagai macam promosi. Adapun tujuan dari promosi yang dilakukan oleh optik Mekar Padang yaitu

untuk menginformasikan manfaat produk yang dapat menimbulkan kepuasan dan membujuk masyarakat untuk membeli kacamata di optik Mekar Padang. Oleh karena itu, maka pihak optik Mekar membuat kegiatan promosinya secara terencana antara lain yaitu untuk mempengaruhi pelanggan dengan menggunakan media promosi yang tepat. Dengan maraknya persaingan optik, optik Mekar berusaha keras dan terus bertahan menghadapi persaingan yang ada dengan melakukan berbagai macam upaya yang salah satunya yaitu melakukan promosi dengan semenarik mungkin.

Dapat kita ketahui Optik Mekar sudah menerapkan promosi dalam penjualannya. Berikut ini data penjualan produk kacamata di optik Mekar Padang

Tabel 1. Data Penjualan Produk Kacamata di Optik Mekar

Tahun	Produk Terjual	Perubahan Kenaikan
2020	6354	
2021	10435	64,23%
2022	1022	-2,04%
Jumlah	27011	

Sumber : Optik Mekar

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa penjualan pada Optik Mekar mengalami fluktuasi. Hal ini membuktikan bahwa terjadinya perubahan berupa kenaikan maupun penurunan suatu produk yang terjual. Jumlah produk yang terjual di Optik Mekar pada tahun 2020 ke 2021 naik mencapai 64,23%, akan tetapi pada tahun selanjutnya atau tahun 2021 ke 2022 menurun hingga -2,04%. Seharusnya pada keadaan dan didukung

dengan promosi menggunakan teknologi yang canggih dapat membuat kenaikan penjualan kacamata setiap tahunnya.

Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Implementasi Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Kacamata Di Optik Mekar Padang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi strategi promosi yang dilakukan Optik Mekar dalam meningkatkan penjualan kacamata?
2. Bagaimana dampak promosi yang dilakukan Optik Mekar terhadap penjualan Kacamata?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui implementasi strategi promosi yang dilakukan oleh Optik Mekar dalam meningkatkan penjualan kacamata
2. Mengetahui dampak promosi yang dilakukan Optik Mekar terhadap penjualan kacamata

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini dapat dimanfaatkan dan digunakan antara lain :

1. Teoritis

- a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi D3 Manajemen Perusahaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas.
- b. Menambah pengetahuan terkait dengan Strategi dan dampak promosi pada usaha yang dilakukan.
- c. Menjadi bahan banding dalam rangka penelitian selanjutnya.

2. Praktis

- a. Bagi optik, dapat digunakan sebagai panduan kepada pemilik optik untuk dapat meningkatkan penjualan yaitu dengan memperhatikan Strategi dan dampak Promosi.
- b. Bagi Universitas Dharma Andalas, dapat digunakan sebagai koleksi *literature* untuk menambah wawasan.

1.5 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara (interview) adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2014). Seorang peneliti membutuhkan informasi dengan mengajukan pertanyaan kepada informan sesuai tujuan atau kebutuhan peneliti. Dalam temuan ini, peneliti melakukan wawancara dengan pihak yang bersangkutan dan memiliki pengaruh dalam penelitian untuk mendapatkan informasi mengenai implementasi promosi dalam meningkatkan penjualan kacamata di Optik Mekar Padang.

2. Observasi

Observasi Pengumpulan data langsung dari lapangan itulah yang dimaksud dengan observasi. Pengumpulan data untuk pendekatan kualitatif harus dilakukan di luar kantor, antar tetangga, organisasi, dan masyarakat. Data yang diamati dapat menggambarkan sikap, perilaku, aktivitas, dan interaksi interpersonal. Data pengamatan langsung juga dapat berupa interaksi dalam suatu organisasi atau pengalaman dari para karyawan dalam berorganisasi (Raco, 2010). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi langsung di lapangan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan implementasi promosi dalam meningkatkan penjualan kacamata di Optik Mekar Padang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi Teknik dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data penelitian yang dapat berupa tulisan, gambar, maupun karya monumental seseorang (Sugiyono, 2014). Penelitian ini menggunakan dokumentasi penelitian berupa pengambilan gambar pada saat wawancara informan, pengumpulan data dan informasi dari Optik Mekar Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini ditulis dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab 1 Pendahuluan berisikan uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab II penulis menyajikan tentang teori yang terkait dengan Implementasi Promosi pada Penjualan Kacamata di Optik Mekar Padang.

BAB III Gambaran Umum Perusahaan dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan tentang profil Optik Mekar yang meliputi sejarah berdirinya, visi dan misi, maksud dan tujuan, struktur organisasi, produk-produk yang ada di Optik Mekar Padang.

Serta pada bab ini merupakan pembahasan tentang “Implementasi Promosi dalam meningkatkan penjualan kacamata di Optik Mekar Padang.

BAB IV Penutup

Pada bagian bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dibahas serta saran yang berikan penulis.