

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya baik perusahaan dalam bidang jasa maupun barang mempunyai tujuan yaitu memperoleh keuntungan. Selain itu perusahaan juga ingin memberikan kepuasan kepada konsumen atas produk yang dihasilkan. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk menerapkan strategi pemasaran produknya. Rencana pemasaran berguna untuk membantu dalam membangun, mengarahkan, dan mengkoordinasikan usaha atau kegiatan pemasaran perusahaan. Dengan adanya rencana pemasaran, perusahaan di tuntut untuk menganalisis situasi pasar dimana produk dipasarkan dan bagaimana situasi atau keadaan pasar tersebut. Rencana pemasaran yang telah disusun dengan baik bisa dijadikan dasar dalam mengukur keberhasilan program pemasaran perusahaan.

Dalam pemasaran terdapat unsur promosi. Promosi adalah sebuah kegiatan untuk memperkenalkan suatu produk guna meningkatkan penjualan dengan cara memperkenalkannya melalui media-mediai dan sejenisnya kepada konsumen, tujuannya adalah untuk mempengaruhi konsumen.

Begitu juga dengan PT.Pendekar Bodoh atau bisa disebut dengan Restaurant D'cost seafood. D'cost seafood ialah restaurant yang mengelola makanan laut dengan harga yang terjangkau, semboyan dari d'cost sendiri ialah mutu bintang lima harga kaki lima, alasan dia memberikan semboyan yang berbunyi seperti itu, karena selama ini kita mengenal seafood sebagai masakan yang mahal, akan tetapi perusahaan D'cost kini menciptakan masakan seafood ini dengan harga yang terjangkau.

Dalam dunia bisnis yang semakin canggih ini banyak saingan dalam strategi promosi yang di buat untuk menarik hati konsumen untuk membeli makanan yang di jual. Salah satunya adalah membeli secara online melalui aplikasi *GrabFood*, *GoFood*, *ShopeeFood*. Dengan membeli secara online itu sangat mudah dan simple untuk di lakukan, maka dengan banyaknya promosi yang diberikan konsomen pun akan tertarik untuk membelinya.

Pada saat pandemic covid-19 ini banyak sekali perubahan yang terdapat dunia bisnis, apalagi restaurant yang terdapat di dalam mall. Karena adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) maka masyarakat tidak di perbolehkan untuk makan di tempat, melainkan *take a way* atau di bawa pulang. Oleh karena itu, yang dilakukan oleh penjual adalah memberikan layanan untuk konsumen yang makan nya di bawa pulang, tidak di perbolehkan makan di tempat dan memberikan layanan yang memesan melalui online. Tetapi untuk makan di tempat juga bisa melainkan terbatas tidak bisa banyak yang makan ditempat, Harus patuhi prosesnya yaitu dengan Jaga jarak, memakai masker, mencuci tangan.

Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang strategi promosi penjualan pada restaurant dan untuk mengetahui permasalahan dan solusi yang ada di Restaurant D'cost Seafood. Maka, penulis menentukan judul Tugas Akhir Yaitu: **“Strategi Promosi Penjualan Pada Restaurant D'cost Seafood Plaza Kalibata Jakarta Selatan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Strategi promosi apa yang dilakukan Restaurant D'cost Plaza Kalibata Jakarta Selatan untuk menarik pelanggan?
2. Dalam penjualan pada Restaurant D'cost Seafood Plaza Kalibata Jakarta Selatan kendala apa yang sering terjadi?
3. Bagiman cara mengatasi permasalahan pada saat penjualan di Restaurant D'cost Seafood Plaza Kalibata Jakarta Selatan?

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1. Tujuan

Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi promosi apa yang dilakukan oleh Restaurant D'cost Seafood Plaza Kalibata Jakarta Selatan.
2. Untuk mengetahui kendala yang terjadi pada saat penjualan di Restaurant D'cost Seafood Plza Kalibata Jakarta Selatan.
3. Untuk mengetahui bagaimana cara mengatasi permasalahan pada saat penjualan di Restaurant D'cost Seafood Plaza Kalibata Jakarta Selatan.

1.3.2. Manfaat

Manfaat penulisan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk dapat menambah wawasan serta pengetahuan secara jelas mengenai Strategi promosi penjualan, permasalahan dan solusi saat penjualan pada restaurant D'cost Plaza Kalibata Jakarta Selatan.

2. Bagi Restaurant D'cost Seafood Plaza Kalibata Jakarta Selatan

Hasil laporan ini dapat menjadikan bahan masukan jika ada permasalahan yang terjadi pada saat penjualan dan memberikan solusi strategi agar menarik konsumen untuk membelinya.

3. Bagi Pembaca

Hasil laporan ini dapat menjadikan sebuah wawasan baru dalam mengetahui ilmu tentang strategi promosi penjualan dalam suatu perusahaan.

1.4. Metode Penelitian

1.4.1. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung proses penyusunan penelitian, penulis membutuhkan data dan untuk mendapatkan data tersebut, penulis mengambil metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan melihat langsung serta mengamati cara langsung pada saat melakukan promosi langsung kepada konsumen untuk memberikan brosure.

2. Metode Wawancara

Mengumpulkan data dengan melakukan wawancara secara digital melalui via zoom meeting dan melanjutkannya melalui via WhatsApp bersama dengan Ibu Ninda selaku Supervisor.

3. Metode Dokumentasi

Memperoleh data dengan cara mengumpulkan informasi dari buku-buku, artikel, serta data-data langsung dari perusahaan.

1.4.2. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan penyusunan tugas akhir ini yaitu metode penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif ini cenderung menggunakan analisis proses dan makna lebih diutamakan dalam penelitian kualitatif. Adapun penjelasan mengenai empat tahapan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang dipakai oleh penulis pada riset kualitatif ini dapat dilakukan dengan berbagai cara yang di dapatkan dengan mendatangi langsung ke perusahaan. Dengan cara melalui pengamatan atau observasi, wawancara mendalam dengan objek penelitian.

2. Reduksi Data

Dalam tahap reduksi ini untuk mendapatkan data-data yang akan disaring. Peneliti memilih data-data yang paling relevan untuk dipakai dalam mendukung penelitian kualitatif ini. Data kualitatif bisa diperoleh dari hasil wawancara dan observasi sehingga pemilihan data diperlukan untuk memudahkan untuk mengkategorisasikan data. Jadi data yang telah disaring akan dikategorikan sesuai dengan kebutuhan contohnya, dalam penelitian data dibagi berdasarkan kategori informan atau lokasi penelitian.

3. Displai Data

Setelah data direduksi dan dikategorisasi, langkah selanjutnya masuk ke displai data. Dalam tahap ini, penulis merancang deretan dan kolom sebuah metriks data kualitatif, dan menentukan jenis maupun bentuk data yang digunakan..

4. Penarikan Kesimpulan

Setelah proses pengumpulan data, reduksi data, dan displai data, maka selanjutnya adalah mengambil kesimpulan isi dari kesimpulan ini harus mencakup semua informasi penting yang ditemukan dalam penelitian bahasa yang dipakai untuk memaparkan kesimpulan ini juga harus mudah dipahami.

1.5. Ruang Lingkup

Dalam laporan ini penulis ini membatasi masalah yang berkaitan dengan strategi promosi penjualan, permasalahan dan solusi penjualan yang terdapat di Restaurant D'cost Seafood Plaza Kalibata Jakarta Selatan. Data di ambil pada periode bulan Juni-Agustus 2021.

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam laporan penulis ini membagi menjadi beberapa bab untuk mempermudah penulis dalam menyusun dan mempermudah bagi pembaca untuk memahaminya, setiap bab terdiri dari sub-sub bab yang merupakan suatu penjelasan dari bab –bab sebelumnya. Berikut pembagian bab-bab dalam laporan ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan ini merupakan salah satu metode dalam penulisan yang berisikan mengenai latar belakang, tujuan, manfaat, metode penelitian, ruang lingkup dan sistematik penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab landasan teori ini menjelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan konsep prosedur pemberian kredit yang meliputi teori-teori dari para ahli mengenai pengertian promosi, tujuan promosi, bentuk promosi, alat-alat promosi, pengertian penjualan, pengertian promosi penjualan, pengertian strategi dan strategi promosi penjualan.

BAB III PEMBAHASAN

Pada bab pembahasan ini, penulis akan menguraikan masalah pokok dari objek penulisan laporan ini meliputi sejarah perusahaan, stuktur organisasi, kegiatan usaha, dan penulis menjelaskan semuanya hasil dari data laporan Tugas Akhir.

BAB IV PENUTUP

Bab akhir penutup ini yang berisikan kesimpulan hasil pembahasan data yang diambil dari penelitian dan memberikan saran dari hasil permasalahan yang telah disimpulkan.

