

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam kehidupan di era modern saat ini listrik sudah menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat. Sejak dahulu listrik sudah disediakan oleh pemerintah dan akan terus dikembangkan sebagai pendukung keefektifan aktifitas sehari-hari. Seiring kebutuhan masyarakat akan listrik, alat-alat agar listrik dapat tersalurkan sudah pasti dibutuhkan, seperti kabel, *saklar*, *steker*, *fitting*, *stop* kontak dan meteran listrik. Oleh karena itu kehadiran toko alat-alat listrik sudah pasti dibutuhkan oleh masyarakat dan dapat dijadikan peluang bisnis yang menjanjikan.

Rejo Listrik adalah salah satu toko yang bergerak dibidang penjualan alat elektronik dan kelistrikan, selain itu Rejo listrik juga bergerak dibidang jasa instalasi listrik yang terletak di Jl. Wijaya Kusuma No. 10, Klaten. Keberadaan Rejo listrik khususnya di Klaten juga tidak terlepas dari para pesaing-pesaing yang bergerak dibidang penjualan alat-alat kelistrikan. Banyaknya perusahaan yang memproduksi dan menjual barang yang sejenis dalam hal ini membuat suatu perusahaan harus sedini mungkin memikirkan pesaing yang ada pada pasar yang akan dimasukinya, sehingga produk yang dihasilkan telah siap untuk bersaing dengan produk sejenis yang ada dipasaran, untuk itu dibutuhkan penetapan strategi pemasaran untuk memenangkan pasar. (Daryanto 2011) pemasaran adalah suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang diinginkan dari suatu unit bisnis. agar menarik perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk yang ditawarkan perusahaan., ini dimaksudkan karena segala proses manajerial dalam strategi promosi berfungsi untuk mengembangkan dan menjaga

agar tujuan, keahlian, dan sumberdaya organisasi sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah. Tujuan dari perencanaan strategi ini adalah untuk membentuk dan menyempurnakan usaha dan produk perusahaan.

Melihat kenyataan yang ada dilapangan dari beberapa pesaing outlet listrik di Klaten, beberapa bisnis usaha harus menggunakan strategi untuk memasarkan produknya dan menarik konsumen, maka Rejo Listrik melakukan suatu strategi promosi yang mampu untuk menerapkan keunggulan di dalam berbisnis. Upaya yang dilakukan Rejo Listrik dalam persaingan serta untuk memperkenalkan toko kepada masyarakat dan menunjang angka penjualan yang tinggi adalah dengan strategi promosi. Maka berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik menyusun laporan tugas akhir dengan judul STRATEGI PROMOSI PADA REJO LISTRIK.

B. BATASAN MASALAH

Dalam Tugas Akhir ini penulis hanya membatasi permasalahan khususnya pada strategi promosi yang ada pada Rejo Listrik.

C. TUJUAN

Tujuan dari penyusunan laporan Tugas Akhir ini untuk mengetahui sebagai berikut ini:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang digunakan pada Rejo Listrik dalam menghadapi persaingan
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi kendala dalam penerapan strategi promosi pada Rejo Listrik

3. Untuk mengetahui cara mengatasi kendala dalam penerapan strategi promosi pada Rejo Listrik

D. MANFAAT

Dari kegiatan magang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

1. Bagi penulis
 - a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang strategi promosi.
 - b. Membandingkan teori yang didapat dibangku perkuliahan dengan kenyataan di dunia kerja.
 - c. Mendapatkan pengalaman yang nyata khususnya pada bagian strategi promosi.
2. Bagi perusahaan
 - a. Laporan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam mengevaluasi strategi promosi yang telah dilakukan
 - b. Dapat dijadikan bahan evaluasi yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas promosi pada Rejo Listrik.
3. Bagi STIM YKPN
 - a. Sebagai tambahan informasi mengenai Strategi Promosi pada ritel alat alat kelistrikan.

- b. Terjalannya kerjasama antara Stim Ykpn Yogyakarta dengan Rejo Listrik khususnya pada kebutuhan alat elektronik dan kelistrikan.