

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di masa sekarang kegiatan promosi dapat memiliki pengaruh besar dengan cakupan regional yang luas, sehingga kegiatan ini dapat membantu meningkatkan penjualan perusahaan. Strategi promosi merupakan salah satu langkah awal dalam rangka mengenalkan produk kepada konsumen dan ini menjadi sangat penting karena hubungan dengan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Strategi akan bisa berguna dengan optimal bila didukung perencanaan yang terstruktur dengan baik.

Strategi promosi sering digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan barang dan jasa yang ditawarkan suatu perusahaan, sehingga dapat meningkatkan laba yang diperoleh. Selain itu kegiatan promosi juga memberikan kemudahan dalam merencanakan strategi pemasaran selanjutnya, karena biasanya kegiatan promosi dijadikan sebagai cara berkomunikasi dengan calon konsumen, mengenai respon produk yang ditawarkan.

Menurut Daryanto (2011) promosi merupakan segala bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan mempengaruhi masyarakat agar membeli barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Adapun sasaran promosi utama yaitu periklanan (*advertising*), penjualan tatap muka (*personal selling*) dan

penjualan langsung (*personal selling*), publisitas (*publiscity*), promosi penjualan (*sales promotion*) dan penjualan langsung (*direct marketing*).

Strategi promosi adalah suatu rencana permainan. Tujuannya untuk mencapai sasaran yang diinginkan dari suatu unit bisnis, agar menarik perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian yang ditawarkan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan strategi promosi disertai dengan alat-alat promosi. Diharapkan dari promosi tersebut dapat menarik banyak konsumen dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Toko Surya Lampu Yogyakarta merupakan toko berbasis *offline* yang menjual berbagai macam lampu. Toko Surya Lampu Yogyakarta dalam melakukan kegiatan promosi berupaya meningkatkan penjualannya. Salah satunya adalah melakukan promosi penjualan melalui *Instagram* dengan menawarkan produk yang dijual, dan memberikan informasi terkait produk, memberikan promo-promo menarik, serta pemberian *free* bohlam.

Saat ini strategi promosi yang digunakan oleh Toko Surya Lampu Yogyakarta belum sepenuhnya efektif. Strategi promosi yang dilakukan perusahaan ini belum menarik minat konsumen baru. Hal ini dikarenakan Toko Surya Lampu Yogyakarta mempunyai keterbatasan sumber daya khusus untuk menjalankan strategi ini yang akan berakibat bahwa strategi promosi yang dilakukan belum sepenuhnya efektif. Sedangkan dalam menjalankan strategi promosi dibutuhkan seseorang yang berkemampuan memadai agar tujuan promosi memberikan hasil seperti yang diharapkan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk menyusun laporan tugas akhir dengan judul **“Strategi Promosi pada Toko Surya Lampu Yogyakarta”**

B. Batasan Masalah

Dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini, penulis membatasi masalah tentang strategi promosi pada Toko Surya Lampu Yogyakarta.

C. Tujuan

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka tujuan penyusunan laporan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Toko Surya Lampu Yogyakarta.

D. Manfaat

1. Bagi perusahaan
 - a. Penulisan ini dapat dijadikan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan dalam penerapan strategi promosi.
 - b. Penulisan ini dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan mengenai kegiatan promosi yang harus dilakukan perusahaan.

2. Bagi Penulis

- a. Penulisan ini dapat dijadikan sebagai wadah untuk penerapan teori yang telah diterima selama dibangku kuliah
- b. Penulisan ini dapat menambah pengetahuan tentang aktifitas perusahaan khususnya mengenai kegiatan promosi.