

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan jasa sudah mulai berkembang pesat saat ini. Sehingga setiap perusahaan harus bisa bersaing dalam memperkenalkan keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan untuk menarik minat konsumen. Perusahaan harus mampu meningkatkan strategi promosi pemasaran untuk mencapai target dan sasaran yang ditetapkan perusahaan untuk tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Salah satu cara yang dilakukan untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk atau jasa adalah dengan melaksanakan promosi. Promosi merupakan salah satu komponen dalam bauran pemasaran yang mempunyai peranan penting dalam mengkomunikasikan kebaikan dan keunggulan produk atau jasa kepada konsumen. Dengan bauran promosi pengaruh yang diberikan terhadap keputusan pembelian sangat besar, karena perusahaan dapat memperkenalkan produk – produknya, membujuk dan menyarankan serta menyakinkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Apabila perusahaan melakukan kegiatan bauran promosi secara tepat dan efektif maka konsumen akan dapat lebih banyak mengetahui produk yang ditawarkan sehingga kemungkinan konsumen untuk memutuskan membeli terhadap produk tersebut lebih besar.

Sehingga konsumen mengetahui produk baik itu barang/jasa tertentu yang diinginkan dan dibutuhkannya.

Promosi sebagai ujung tombak perusahaan, menghadapi tantangan yang cukup besar dan cukup berarti, kegagalan dari strategi pemasaran dapat mengakibatkan kegagalan bagi perusahaan secara keseluruhan.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Usaha yang didirikan haruslah usaha yang benar-benar dikuasai oleh orang tersebut dengan baik. Kegiatan promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kemampuan biaya operasional perusahaan.

Dalam hal ini promosi merupakan cara atau alat bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan jasa yang mereka tawarkan kepada konsumen. Kita mengetahui bahwa yang disalurkan oleh para produsen bukan benda yang berwujud saja tetapi juga jasa – jasa. Sifat perusahaan yang menghasilkan jasa adalah bahwa jasa itu tidak dapat ditimbun atau ditumpuk oleh gudang seperti barang- barang lainnya, sambil menunggu penjualan, penyaluran jasa, kebanyakan bersifat langsung dari produsen ke konsumen.

Lapangan futsal merupakan tempat yang cocok untuk menyalurkan hobi futsal dengan cara menonjolkan pelayanan jasa yang khas yang membuat konsumen betah dan nyaman. Semakin bertambahnya lapangan futsal membuat pemilik lapangan semakin berusaha untuk menghadapi pesaing. Salah satu cara memenangkan persaingan adalah dengan melakukan kegiatan promosi yang bertujuan memperkenalkan jasa atau produk yang ditawarkan dan menciptakan kesan yang baik terhadap produk jasa tersebut, sehingga masyarakat akan tertarik untuk datang dan menjadikan tempat itu sebagai alternatif pertama untuk menyalurkan hobi atau sebagai even lokal maupun nasional kompetisi futsal.

Promosi dalam hal ini juga membutuhkan biaya yang tidak sedikit, perusahaan untuk itu diharapkan dapat merumuskan kebijaksanaan promosinya dengan harapan kebijaksanaan tersebut dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Meningkatnya jumlah pengunjung bukanlah hal yang mudah, karena ada kalanya promosi yang kuat



tidak mempengaruhi jumlah pengunjung. Dari bentuk – bentuk promosi yang ada, sarana periklanan memegang peranan penting dimana hampir semua jenis periklanan digunakan oleh pihak perusahaan seperti membagikan brosur – brosur, stiker dan mengiklankan lewat media sosial lainnya.

**Tabel 1.1 : Data Jumlah Konsumen yang Berbelanja pada Futsal TikiTaka Rengat 2012 s/d 2016**

No	Tahun	Konsumen Yang Berbelanja	Persentase Pertumbuhan
1	2012	8280	-
2	2013	8640	4,16%
3	2014	9360	7,69%
4	2015	10.080	7,14%
5	2016	11.520	12,5%

**Sumber : Futsal TikiTaka Rengat**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada tahun 2012 hingga tahun 2016 jumlah konsumen yang berbelanja mengalami kenaikan dan penurunan, jika dilihat dari persentase pertumbuhan terjadi fluktuasi yaitu pada tahun 2012 jumlah konsumen yang berbelanja adalah 8.280 orang dan pada tahun 2013 jumlah konsumen mengalami kenaikan yaitu berjumlah 8.640 orang dengan persentase 4,16% pada tahun 2014 jumlah konsumen mengalami kenaikan yaitu berjumlah 9.360 orang dengan persentase 7,69%. Pada tahun 2015 jumlah konsumen mengalami kenaikan yaitu berjumlah 10.080 orang dengan persentase 7,14%. Pada tahun 2016 jumlah konsumen mengalami kenaikan yaitu berjumlah 11.520 orang dengan persentase 12,5% Ini menunjukkan bahwa dari sisi jumlah konsumen yang berbelanja di Futsal TikiTaka Rengat mengalami kenaikan pada setiap tahunnya namun terjadi naik turun dari segi persentase pertumbuhannya pada beberapa tahun.



**Tabel 1.2 : Data Perkembangan Biaya Promosi pada Futsal TikiTaka Rengat 2012 s/d 2016**

No	Tahun	Biaya Promosi (Rp)	Persentase Pertumbuhan
1	2012	86.022.000	-
2	2013	93.043.000	7,54%
3	2014	96.600.000	3,68%
4	2015	110.080.000	12,24%
5	2016	117.500.000	6,31%

**Sumber : Futsal TikiTaka Rengat**

Dari data Tabel 1.2 terlihat bahwa selama lima tahun terakhir (2012-2016), biaya promosi melalui periklanan, promosi penjualan, hubungan msyarakat dan *personal selling* yang dikeluarkan oleh Tikitaka Futsal mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada 2012 biaya promosi yang dikeluarkan sebesar Rp 86.022.000, kemudian meningkat menjadi Rp 93.034.000 pada 2013. Pada 2014 mengalami kenaikan menjadi Rp96.600.000, tahun 2015 mengalami kenaikan menjadi Rp 110.080.000, Terakhir pada 2016 mengalami kenaikan sebesar Rp 117.500.000.

Penulis melakukan wawancara dengan Manager TikiTaka Futsal Rengat, kutipannya sebagai berikut:

“Lokasi dan kualitas lapangan di Tikitaka Futsal Rengat sudah bagus, namun dari segi promosi kepada konsumen ini yang menyebabkan persentase pertumbuhan mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun.”

Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa konsumen Tikitaka Futsal rengat, dimana mereka mengatakan dengan kutipan sebagai berikut:

“Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Tikitaka Futsal, sehingga menyebabkan konsumen memilih berbelanja ditempat lain”

Tikitaka Futsal Rengat merupakan salah satu lapangan futsal yang berada di Jalan Kuantan babu kota Rengat yang sudah berdiri pada tahun 2010, meskipun



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditempatkan di tempat yang strategis dan mengalami kenaikan jumlah pengunjung disetiap tahunnya, tetapi dilihat dari segi persentase pertumbuhannya mengalami fluktuasi yang artinya merupakan masalah terhadap Tikitaka karena tidak stabilnya pertumbuhan pengunjung setiap tahunnya. Di samping itu belum banyak yang melakukan penelitian pada Tikitaka Futsal Rengat.

Hal ini disebabkan oleh persaingan dalam bidang perusahaan jasa yang mulai tumbuh dan juga mulai berkembangnya seperti Serie A Futsal, Futsal Champions, Budis Futsal, dan yang terbaru JK Futsal yang membuat usaha ini memiliki banyak pesaing di daerah Rengat. Untuk menghadapi persaingan tersebut maka mau tidak mau pemilik Tikitaka tidak mempunyai pilihan lain kecuali memenangkan persaingan dengan cara merebut konsumen sebanyak mungkin. Fakta tersebut dapat dimaknai sebagai adanya masalah Tikitaka dalam strategi pemasaran.

Maka berdasarkan latar belakang masalah yang dialami oleh Tikitaka Futsal Rengat, peneliti tertarik untuk mengangkat kondisi tersebut kedalam suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Produk Jasa Studi Kasus Tikitaka Futsal Rengat”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Setiap perusahaan tentunya tidak dapat lepas dari persoalan dan masalah yang timbul pada setiap bagian dari perusahaan. Walaupun tingkat atau kadar masalah yang dihadapi berbeda, tetapi permasalahan yang timbul harus diupayakan penanganannya, baik dengan menyelesaikan masalah ataupun menekankan perkembangan masalah tersebut pada kadar tertentu.

Berdasarkan observasi di lapangan, Tikitaka futsal memiliki potensi yang besar dan memiliki perhatian masyarakat yang besar pada tempat ini.

Perumusan masalah dalam hal ini adalah:

1. Apakah periklanan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Tikitaka futsal Rengat.
2. Apakah promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Tikitaka futsal Rengat.
3. Apakah hubungan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Tikitaka futsal Rengat.
4. Apakah Penjualan secara pribadi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Tikitaka futsal Rengat.

### 1.3 Tujuan Penelitian

**Tujuan dari penelitian adalah :**

- a. Untuk mengetahui dan menganalisa Apakah periklanan Berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Tikitaka futsal Rengat.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisa Apakah promosi penjualan Berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Tikitaka futsal Rengat.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisa Apakah hubungan masyarakat Berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Tikitaka futsal Rengat.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Untuk mengetahui dan menganalisa Apakah penjualan secara pribadi Berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Tikitaka futsal Rengat.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukanya penelitian ini di harapkan mampu kepada:

- a. Perusahaan Tikitaka Futsal.

Sebagai bahan masukan bagi pengelola Tikitaka futsal untuk meningkatkan konsumen dan mencapai tujuan perusahaan.

- b. Bagi peneliti sendiri

1. Untuk menerapkan teori-teori yang di dapat selama belajar di bangku perkuliahan.
2. Sebagai hasil karya yg menjadi bahan pembelajaran di kemudian hari.

- c. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis.

1. Sebagai bahan rujukan untuk peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.
2. Bahan perbandingan oleh peneliti lain yang melakukan penelitian dengan tema yang serupa.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya kedalam lima bagian. Dimana dalam setiap bagiannya hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bagian tersebut, di kemukakan sebagai berikut :



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **I: PENDAHULUAN**

Pada bagian ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

## **II: LANDASAN TEORI**

Pada bagian ini menguraikan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah, penelitian sebelumnya, pandangan islam, hipotesis variable variable penelitian, kerangka berpikir dan konsep operasional.

## **III: METODE PENELITIAN**

Pada bagian ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data. Dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa apa yang tepat untuk digunakan.

## **IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini penulis memuat sejarah singkat berdirinya perusahaan, kegiatan, aktivitas dan pertumbuhan perusahaan serta struktur organisasi perusahaan.

## **V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan di uraikan mengenai analisis dari hasil penelitian yang dilakukan.

## **IV: KESIMPULAN DAN SARAN**



Pada bab ini menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terkait (perusahaan).



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.