

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG MASALAH**

Pelaku bisnis di berbagai bidang usaha harus mampu menawarkan berbagai macam keunggulan atas produk yang dipasarkan. Hanya pebisnis yang kreatif dan inovatif serta mampu menyelaraskan diri dengan arus perubahan saja yang akan memenangkan persaingan.

Untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan dibutuhkan adanya produk yang berkualitas dan persepsi harga yang kompetitif (Tannady et al., 2023). Bidang usaha adalah segala bentuk kegiatan bisnis yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa dalam kegiatan ekonomi. Dalam berbisnis, ternyata ada banyak jenis bidang usaha. Bisnis sendiri adalah serangkaian sektor atau bidang usaha yang dilakukan individu atau kelompok, yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan (Gain et al., 2017).

Usaha banyak macam bidang yaitu bidang pertanian, bidang peternakan, bidang perikanan, bidang industri rumahan, bidang pertambangan, bidang transportasi, bidang pariwisata, bidang teknologi informasi, bidang perdagangan dan bidang jasa (Rakhmawati et al., 2021). Toko bangunan atau biasa disebut juga sebagai toko material termasuk usaha bidang perdagangan yang merupakan sebuah tempat di mana kita bisa membeli segala material bangunan, mulai dari kayu, besi, beton, triplek, paku, dan lain-lain (Laluan & Raintung, 2022).

Toko bangunan yang menjual material bangunan merupakan hal yang penting dalam sebuah konstruksi seperti ketahanan, jangka panjang pemakaian material, serta nilai estetika dalam sebuah bangunan. Umumnya usaha toko bangunan menjual material bangunan secara massal, atau dalam artian lain borongan sesuai permintaan pasar (Permana, 2018).

Menurut (Zega & Wellman Hulu, 2023) Omzet penjualan merupakan kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli). Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Tujuan utamanya adalah mendapatkan laba atau keuntungan dari produk yang dijual. Dengan pengelolaan yang baik, akan mendapatkan laba perusahaan yang besar dan mendapatkan pelanggan tetap (*loyal customers*).

Sedangkan menurut (Mulyani, 2021) Omzet penjualan merupakan sebuah usaha yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa. Penjualan suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba yang dipengaruhi oleh promosi yang baik dan harga yang terjangkau.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, terdapat faktor yang mempengaruhi Omzet penjualan sehingga produk yang di jual diminati. Faktor tersebut dapat berupa harga yang sesuai, pemasaran yang menarik promosi yang baik. Faktor-faktor tersebut yang akan mendorong penjualan ke konsumen, sehingga para pelaku usaha dapat memperhatikan faktor tersebut (Ismayana & Hayati, 2018).

Tentunya untuk meningkatkan omzet penjualan tersebut ada hal yang dapat mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan dalam membeli sebuah produk di Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur yaitu promosi produk yang menarik dan lokasi toko strategis yang bisa dijangkau para pelanggan untuk melakukan pembelian.

Menurut penelitian (Faithya & Purnama, 2022) promosi penjualan adalah bagian dari pemasaran untuk menggunakan berbagai alat insentif, yang sebagian besar bersifat sementara, untuk mendorong konsumen dan bisnis agar membeli produk atau layanan tertentu lebih cepat, untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Sedangkan menurut (Putra & Wardhani, 2022) mendefinisikan promosi penjualan merupakan kegiatan penjualan jangka pendek yang tidak berulang dan tidak teratur serta dimaksudkan untuk mendorong percepatan yang lebih kuat dari berbagai tanggapan pasar, dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

Dari kedua definisi diatas promosi penjualan menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Promosi yang ditentukan atas produk ataupun jasa dengan harapan bisa meningkatkan penjualan. Dengan promosi yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen. Adapun faktor dari promosi produk yaitu sampel, continuity programs, cash discount (Tannady et al., 2023).

Menurut (Megawati & Sidanti, 2022) lokasi usaha adalah penempatan toko atau reseller di lokasi yang strategis menguntungkan untuk memaksimalkan keuntungan. Keberhasilan bisnis di masa depan bergantung pada pemilihan lokasi yang optimal. Artinya, lokasi yang strategis dapat meningkatkan penjualan suatu usaha dagang, semakin luas lahan parkir dan semakin mudah dijangkau lokasi, maka semakin besar pula peningkatan penjualan untuk usaha dagang.

Sedangkan menurut (Firmansyah & Setiyarini, 2021) lokasi usaha merupakan dimana penjual berupaya mempermudah suatu barang maupun jasa yang di tawarkan dapat segera dikonsumsi oleh konsumen. Lokasi bisnis dapat berdampak signifikan pada biaya dan pendapatan, yang dapat berdampak signifikan pada strategi bisnis.

Dari kedua definisi di atas dapat dilihat bahwa lokasi usaha merupakan faktor yang mempengaruhi keinginan pelanggan untuk datang dan membeli dari suatu tempat, termasuk lokasinya, faktor tersebut berupa akses, visibilitas, lalu lintas dan fasilitas parkir (Auliya, 2021).

Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur adalah sebuah usaha dagang yang menjual alat dan bahan bangunan yang terletak di Rantau Makmur, Berbak, Tanjung Jabung Timur, akses lokasi tersebut kurang banyak dilewati oleh masyarakat, hanya masyarakat setempat saja yang melewati akses jalan tersebut, ditambah dengan lokasi tersebut jauh dari jalan raya sehingga menyebabkan masyarakat yang berdomisili di luar jangkauan akses lokasi tersebut tidak mengetahui keberadaan toko.

Untuk beberapa bulan terakhir Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur mengalami penurunan tingkat penjualan. Berdasarkan observasi yang dilakukan pada Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur maka didapatkan data penjualan material bangunan yang dilakukan dalam rentang tiga bulan terakhir yaitu antara januari, february dan maret 2024.

**Tabel 1.1 Data Penjualan Material bangunan 3 Bulan Terakhir**

No	Jenis Produk	Penjualan Perbulan pada tahun 2024			Terjual
		Januari	Februari	Maret	
1.	Semen	177	127	110	414
2.	Pasir	129	151	135	415
3.	Besi	157	125	131	413
4.	Kayu	122	80	83	285
5.	Triplex	99	45	63	207
Total Penjualan		684	528	522	1734

Sumber data : Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur

Berdasarkan tabel data penjualan maka dapat informasi menurunnya tingkat penjualan pada Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur dalam rentang tiga bulan terakhir, hal ini menjadi salah satu tugas yang sangat penting bagi pemilik Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur dalam meningkatkan promosi tetapi harga tetap bersaing di pasaran. Dengan promosi dalam bidang pemasaran yang bertujuan untuk mengenalkan produk kepada calon konsumen. Biasanya, bahasa yang digunakan dalam promosi adalah persuasif, yaitu yang memiliki nada membujuk agar calon konsumen tertarik membeli produk

Promosi penjualan dan lokasi usaha yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian merupakan dua keunggulan dalam persaingan ini. Perencanaan, penetapan harga, promosi, dan penyebaran barang dan jasa untuk memenuhi

kebutuhan pelanggan saat ini dan pelanggan potensial adalah inti dari pemasaran (Shalsabillah & Sugiyanto, 2022).

Maka dari itu, dalam meningkatkan penjualan serta mengetahui fenomena yang terjadi pada perusahaan Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur ini maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi Penjualan dan Lokasi Usaha terhadap Omzet Penjualan Material Bangunan di Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur”**

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian tugas akhir ini adalah :

1. Apakah promosi penjualan mempengaruhi omzet penjualan pada Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur?
2. Apakah lokasi usaha mempengaruhi omzet penjualan pada Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur?
3. Apakah promosi penjualan dan lokasi usaha mempengaruhi omzet penjualan pada Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur?

## **1.3 BATASAN MASALAH**

Untuk menghindari terjadinya pembahasan di luar dari topik dan agar tidak menyimpang dari permasalahan maka penulis memberikan batasan permasalahan sebagai berikut :

1. Variabel bebas yaitu promosi penjualan dan lokasi usaha.

2. Variabel terikat yaitu omzet penjualan di Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur.
3. Alat ukur (*tools*) analisis yang digunakan yaitu SPSS 22 (*Statistical Program for Social Science*).
4. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan memanfaatkan *Google Forms*.

#### **1.4 TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengukur atau menganalisis promosi penjualan terhadap omzet penjualan pada Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur.
2. Untuk mengukur atau menganalisis lokasi usaha terhadap omzet penjualan pada Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur.
3. Untuk mengukur atau menganalisis promosi penjualan dan lokasi usaha terhadap omzet penjualan pada Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur.

#### **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademis yaitu dapat menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh promosi penjualan dan lokasi usaha terhadap omzet penjualan pada Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur.

2. Bagi Pelaku usaha sejenis yaitu dapat memberikan wacana baru agar semakin berinovasi dalam melakukan penjualan produk pada Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur.
3. Bagi Pelanggan dapat menjadi sumber informasi sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan pilihan dalam membeli produk pada Toko Bangunan Syarif 2 Tanjung Jabung Timur.