

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman, pertumbuhan jumlah penduduk semakin bertambah. Hal tersebut menyebabkan permintaan akan kebutuhan papan semakin meningkat. Di masa sekarang ini rumah tidak hanya untuk tempat berteduh dari panas dan hujan, namun juga berfungsi sebagai tempat tinggal yang layak. Dalam menciptakan masyarakat yang makmur dibutuhkan tempat tinggal yang sesuai dengan tingkat kebutuhan penduduk. Kebutuhan akan tempat tinggal bagi penduduk mendorong para pengembang properti untuk memberikan solusi alternatif perumahan yang layak dengan harga yang terjangkau.

Dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka pelaku usaha perlu fokus dalam menciptakan keunikan pada produk yang ditawarkan kepada konsumen. Perusahaan harus mampu menganalisis kepuasan konsumen karena pada akhirnya konsumen akan memutuskan apakah kualitas produk sudah sesuai dengan keinginan konsumen. Perusahaan juga harus memperhatikan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan bagaimana persepsi tersebut mempengaruhi keputusan pembelian.

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran terkendali yang digunakan institusi untuk memproduksi/menghasilkan respon yang diinginkan dari berbagai target pasar (Kotler & Armstrong, 2012). Konsep bauran

pemasaran tradisional terdiri dari 4P yaitu *product*, *price*, *promotion*, dan *place*. Untuk pemasaran jasa perlu dilakukan perluasan bauran pemasaran (*expanded marketing for services*) dengan penambahan unsur bauran pemasaran non-tradisional yaitu *people*, *process* dan *physical evidence* sehingga menjadi tujuh unsur (7P) (Zeithaml & Bitner, 2005). Pada perusahaan jasa, bauran pemasaran perlu difokuskan pada produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, memberikan manfaat dan dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Selain itu faktor yang harus diperhatikan ialah penyampaian informasi produk kepada konsumen dengan berusaha untuk memiliki penampilan yang bersih dan menarik. Setiap perusahaan diwajibkan untuk dapat mengatur bauran pemasaran yang dapat digunakan untuk menjalankan aktivitas perusahaan secara efektif.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat, perusahaan harus mengembangkan strategi promosi agar tetap bertahan ditengah-tengah persaingan pasar yang tinggi. Bauran promosi merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk dapat mencapai pangsa pasar yang diinginkan. Agar promosi dapat diterima oleh konsumen maka dilakukan suatu kegiatan promosi dan distribusi yang dapat membuat konsumen tertarik.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014), promosi adalah kegiatan yang mengacu pada aktivitas yang mengkomunikasikan manfaat dari produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk. Promosi merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan dengan berkomunikasi dengan pelanggan dan memberi informasi mengenai produk

yang tersedia agar dapat menyampaikan pesan tentang produk yang ditawarkan guna meningkatkan penjualan pada perusahaan.

Dari pengamatan yang telah dilakukan penulis di wilayah Kota Surabaya pada perusahaan yang bergerak di bidang properti, promosi yang dilakukan dalam menarik konsumen begitu gencar. Hal tersebut disebabkan karena ketatnya persaingan dan banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang tersebut. PT Dharma Putra Adigraha merupakan anak perusahaan dari PT. Dharma Putra Airlangga yang bergerak di bidang properti yang ditetapkan secara sah pada tahun 2016. Berdasarkan pengamatan penulis yang pernah mengikuti kegiatan promosi yang dilakukan, PT Dharma Putra Adigraha dirasa kurang mendapat perhatian. Hal tersebut akan mengakibatkan kurang dikenalnya produk yang ditawarkan oleh PT Dharma Putra Adigraha. Untuk mengantisipasi masalah tersebut PT Dharma Putra Adigraha harus menerapkan bauran promosi yang baik agar produk yang dipasarkannya mendapat perhatian di mata konsumen. PT Dharma Putra Adigraha perlu mengutamakan promosi dalam perusahaan agar kebutuhan pelanggan dipenuhi secara efisien.

Dari uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Bauran Promosi Pada PT. Dharma Putra Adigraha Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam laporan Tugas Akhir ini adalah “Bagaimana penerapan bauran promosi yang tepat dalam penjualan properti PT Dharma Putra Adigraha”.

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan laporan penyusunan Tugas Akhir ini adalah “Untuk mengetahui dan mengevaluasi bauran promosi yang tepat dalam penjualan properti PT Putra Dharma Adigraha”.

1.4 Manfaat Penulisan

1.4.1 Manfaat Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bauran promosi yang tepat dan baik pada PT. Dharma Putra Adigraha.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Terciptanya bauran promosi yang sesuai dengan target pasar yang dituju untuk meningkatkan penjualan di PT. Dharma Putra Adigraha.

1.4.3 Bagi Almamater

Menambah wawasan program magang yang bermanfaat bagi Mahasiswa Universitas Airlangga.