

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian pemasaran

(Philip Kotler, 2012) mendefinisikan pemasaran adalah proses yang dilakukan oleh perusahaan dengan bertujuan untuk mendapatkan yang perusahaan mau sedangkan konsumen juga mendapatkan yang mereka mau sehingga terciptanya keseimbangan antara perusahaan dan konsumen, pemasaran adalah suatu proses kegiatan perencanaan dalam pengelolaan barang dan jasa, serta harga dari barang dan jasa tersebut hingga proses promosi maupun pendistribusiannya yang keseluruhannya untuk memenuhi kebutuhan maupun memperoleh keuntungan dari proses pemasaran tersebut.

Pengertian manajemen pemasaran dapat juga dikatakan sebagai proses yang lebih kompleks karena terdapat perencanaan dan evaluasi, sebuah pemasaran juga dapat dikatakan demikian karena juga menjangkau tentang perencanaan, pelaksanaan, serta distribusi baik dalam hal pertukaran maupun hubungan yang cenderung ke arah keuntungan demi dapat memenuhi kebutuhan (Assauri, 2011).

2.2 Tujuan Promosi

Tujuan perusahaan besar, sedang maupun kecil juga akan melakukan promosi karena guna dari promosi adalah untuk meningkatkan penjualan sebanyak mungkin agar keuntungan yang didapat oleh perusahaan juga semakin meningkat.

Menurut (Philip Kotler, 2012) tujuan promosi sebagai berikut :

1. Memberikan informasi
Memberikan informasi bagi yang belum mengenal produk tersebut
2. Membujuk
Membujuk para customer untuk membeli atau menggunakan produk kita
3. Menciptakan kesan
Bisa menciptakan kesan yang baik dengan customer dengan cara membuat promosi yang menarik

4. Mencapai tujuan

Menciptakan pertukaran yang seimbang sehingga keinginan para customer juga terpenuhi .

2.3 Bauran promosi

Menurut (Philip Kotler, 2012) bauran promosi adalah rangkaian promosi yang dirancang oleh perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan perusahaan tersebut. Bauran promosi dapat dikatakan sebagai alat promosi yang digunakan untuk menjalin hubungan yang baik bagi perusahaan dan bagi para konsumen secara berkesinambungan. Bauran promosi sendiri terdapat lima unsur, yaitu:

1. Iklan

Pengiklanan adalah cara yang tepat untuk meujuk serta memperkenalkan produk perusahaan.

2. *Sales Promotion*

Adalah bonus yang diberikan pada konsumen untuk menjadi daya tarik bagi mereka.

3. *Personal Selling*

Merupakan presentasi personal yang dilakukan secara langsung turun ke: SPG, Agen, Dll.

4. *Public Relations*

Bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan yang baik antara para konsumen dan perusahaan.

5. *Digital Marketing*

Perkembangan zaman yang begitu cepat juga harus disesuaikan oleh perusahaan agar tidak terlambat. Promosi yang dilakukan secara online juga wajib bagi setiap perusahaan karena saat sekarang tua atau muda juga sering menggunakan *digital* tanpa mengenal waktu dan gampang untuk di akses dimapun mereka berada.