

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian *Frozen Food*

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat biasanya melakukan aktivitas yang rutin disetiap harinya. Dalam aktivitas tersebut juga banyak masyarakat yang menyibukkan diri dengan pekerjaan mereka hingga tidak memiliki waktu untuk berbelanja dan memasak dirumah. Banyak dari mereka yang mengandalkan makanan instan maupun cepat saji seperti mie instan, KFC, *Mc Donald* tidak terkecuali *frozen food*. Pengertian *Frozen food* sendiri merupakan makanan yang diawetkan dengan cara dibekukan dengan tujuan menghambat pertumbuhan sebagian besar spesies bakteri. Ada beberapa manfaat makanan *frozen food* diantaranya kesegaran bahan makan yang selalu terjaga, menghemat waktu untuk memasak, bersih dari segala hal kotor, aman dikonsumsi asalkan disimpan dengan cara yang benar, serta tekstur dan rasa yang tetap terjaga.

2.2 Pengertian Promosi

Promosi merupakan suatu teknik yang dimanfaatkan untuk menarik perhatian konsumen agar melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Promosi tertuju pada seluruh deretan kegiatan, yang mengkomunikasikan produk, merek, atau layanan kepada penggunanya. Promosi dilakukan dengan tujuan untuk membuat orang sadar, mengerti, menarik, memikat untuk membeli produk dan lebih disukai orang. Ada beberapa pengertian mengenai promosi menurut para ahli diantaranya:

Menurut Tălpău (2014) promosi adalah menyediakan informasi yang meningkatkan kesadaran pelanggan dan memberikan stimulus tambahan untuk membentuk pandangan positif tentang suatu produk atau layanan. Sedangkan menurut Išoraitė (2016) promosi merupakan sebuah cara dalam membantu mereka yang menggunakannya dalam menyebarkan informasi, mendorong pembelian dan mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Haughton et al. (2015) Promosi merupakan kata/istilah yang

dimanfaatkan dalam pemasaran untuk mendeskripsikan kegiatan komunikasi yang dilakukan selama pemasaran. Komunikasi yang dimaksud seperti promosi penjualan, penjualan pribadi, pemasaran secara langsung, hubungan masyarakat, hingga iklan maupun sponsor untuk sebuah pemasaran.

2.3 Tujuan Promosi

Tujuan dari promosi ini adalah untuk meningkatkan omset dari PT Central Prima Sukses dengan cara menganalisa dan mengimplementasikan strategi *promotion mix* (*Advertising, Sales Promotion, Personal selling, Public Relation, Direct Marketing*). Seperti mendaftarkan akun Instagram, facebook di media sosial, mendesign serta pemasangan spanduk di toko-toko agar dapat dikenal oleh masyarakat luas mengenai produk bakso ikan dari PT Central Prima Sukses.

2.4 Bauran Promosi

Bauran promosi merupakan cara dalam memasarkan produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan untuk menciptakan tanggapan yang diinginkan perusahaan dari para calon pelanggan. Promosi juga biasa disebut sebagai upaya perusahaan dalam memberikan informasi dan mempengaruhi pelanggan agar terdorong untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Menurut Haughton et al. (2015) Bauran promosi adalah salah satu bagian yang ada dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan agar pelanggan bisa lebih mengenal akan produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Khanfar (2016) terdapat 4 unsur dalam bauran pemasaran, diantaranya:

1. *Advertising*

Advertising merupakan langkah dalam memperkenalkan produk maupun jasa yang dikirimkan oleh orang-orang yang mengirimnya dan dimaksudkan untuk memberi tahu atau mempengaruhi orang-orang yang

menerimanya, melalui media cetak, media elektronik, brosur, logo dan lain sebagainya. Pengertian lain dari *advertising* adalah teknik dan praktik yang digunakan untuk membawa produk, layanan, pendapat, atau penyebab pemberitahuan publik dengan tujuan membujuk masyarakat untuk merespons dengan cara tertentu terhadap apa yang diiklankan.

2. *Sales Promotion*

Sales promotion merupakan kegiatan yang bermaksud menginformasikan atau menyampaikan produk atau jasa yang ditawarkan pada pelanggan atau target pasar. Kegiatan ini bersifat jangka pendek yang dibuat dengan maksud mendorong pelanggan melakukan pembelian produk atau jasa secara cepat dan besar. Contohnya memberikan diskon, *vocher*, *cashback* dan sebagainya.

3. *Public Relation*

Public Relation merupakan kegiatan yang direncanakan oleh perusahaan dalam menjalin hubungan baik dengan para pelanggan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar perusahaan dengan pelanggan memiliki timbal balik yang saling menguntungkan dan mempertahankan komunikasi baik antara perusahaan dengan pelanggan. Kegiatan komunikasi ini dilakukan dengan maksud agar menciptakan citra yang baik sebuah perusahaan dimata pelanggan.

4. *Personal Selling*

Personal selling merupakan komunikasi secara langsung antara perusahaan dengan pelanggan yang memberikan sebuah informasi mengenai produk yang ditawarkan secara *personal* serta memahami keperluan dari pelanggan agar dapat memberikan sebuah produk sesuai keinginan pelanggan.

5. *Direct Marketing*

Direct marketing merupakan sebuah kegiatan penjualan yang dilakukan secara langsung dengan tujuan ingin mendapatkan respon dari pelanggan secara langsung tanpa lewat perantara.