

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian *Promotion Mix*

Promosi dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyalurkan informasi kepada konsumen mengenai produk dan jasa yang ditawarkan sehingga pelanggan akan memiliki ketertarikan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang perusahaan tawarkan. *Promotion mix* atau bauran promosi adalah kombinasi dari cara promosi yang berinteraksi dan mengintegrasikan satu sama lain untuk menggapai tujuan yang ditargetkan dari promosi yang dilakukan (Kotler, P; Bowen, 2013). Bauran promosi memiliki efek pada perusahaan dalam mendorong penjualan, membujuk pelanggan, membangun loyalitas pelanggan (Berezan, O., Yoo, M. and Christodoulidou, 2016). Promosi merupakan element dari *marketing mix* yang sangat penting bagi yang melakukan usaha, promosi dapat digunakan untuk mengenalkan suatu produk atau jasa agar konsumen bisa terpengaruh sehingga tertarik untuk menggunakan produk yang perusahaan tawarkan. Metode dasar dari bauran promosi terdiri dari iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, penjualan personal.

2.2 Tujuan Promosi

Setiap usaha yang dimulai memiliki satu tujuan dan harapan yang sama yaitu untuk mendapatkan pelanggan yang banyak sehingga dan mencari laba untuk perusahaan. Seiring berjalannya waktu semakin banyak perusahaan yang didirikan dan menawarkan produk atau jasa yang serupa sehingga memberikan persaingan yang semakin ketat untuk antar perusahaan, dengan begitu maka perusahaan harus mulai melakukan strategi yang dapat memberikan keunggulan bagi perusahaan. Alternatif yang dapat perusahaan lakukan adalah membuat promosi. Promosi memiliki fungsi penting untuk perusahaan, promosi dapat mendukung tujuan dari perusahaan yaitu untuk memaksimalkan pendapatan.

Setiap perusahaan melakukan promosi dengan tujuan untuk dapat menarik perhatian terhadap target pasar yang ditargetkan dan mendorong

peningkatan penjualan dan pemakaian produk atau jasa yang ditawarkan sehingga pendapatan perusahaan dapat meningkat. Promosi dilakukan untuk mencari target pasar baru sehingga target pasar yang dituju semakin luas. Memberikan kestabilan pada saat kondisi pasar sedang tidak stabil. Memberikan informasi tentang keunggulan produk dibanding dengan produk pesaing. Memberikan gambaran perusahaan yang baik sehingga memberikan ketertarikan terhadap konsumen. Dengan menggunakan sistem promosi maka perusahaan dapat terus bersaing dengan perusahaan pesaing dan terus berkembang untuk meningkatkan pendapatan.

2.3 Metode Bauran Promosi

2.3.1 Iklan

Iklan, periklanan termasuk salah satu komponen yang penting dalam menjalankan promosi karena iklan menciptakan kesadaran dan memberikan informasi tentang perusahaan yang dapat menarik perhatian pelanggan. Ada banyak jenis dan media periklanan seperti koran, majalah, film, jurnal, iklan televisi, dan spanduk.

2.3.2 Promosi Penjualan

Promosi penjualan, merupakan kegiatan yang melibatkan insentif jangka pendek dan tidak rutin, yang ditawarkan kepada agen dan konsumen. Beberapa metode populer yang digunakan adalah diskon musiman, hadiah, undian, pameran, layanan gratis, dan hadiah gratis.

2.3.3 Penjualan Personal

Penjualan personal, merupakan kegiatan promosi dimana perusahaan berinteraksi langsung dengan pelanggan dan biasanya dilakukan oleh wiraniaga. Penjualan personal diterapkan oleh perusahaan untuk melakukan penjualan langsung dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Dengan begitu perusahaan dapat langsung berinteraksi terhadap target pasar yang dituju.

2.3.4 Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat, adalah kegiatan yang berhubungan dengan komunikasi di dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Kegiatan ini memiliki tujuan untuk menjaga nama baik perusahaan di mata publik agar tidak buruk.

2.3.5 Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung, adalah kegiatan pemasaran yang diterapkan perusahaan dengan cara komunikasi langsung dengan target konsumen yang dapat langsung menghasilkan transaksi. Pemasaran langsung tidak harus menggunakan wiraniaga, namun bisa menggunakan media yang berbeda seperti internet, surat elektronik, dan telepon.