

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemesanan

Pemesanan adalah aktivitas yang selalu dilakukan konsumen sebelum proses membeli. Agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen maka dari itu, tentunya perusahaan harus mempunyai sistem pemesanan yang baik, Susanti dan Prabowo (2014), Pemesanan juga merupakan proses, pembuatan, cara pemesanan kepada orang lain.

Pemesanan dapat juga dikatakan sebagai memesan, pesanan, maupun permintaan dengan pembelian jasa ataupun barang kepada penjual. Hal ini biasanya dilakukan pada saat transaksi jual beli. Langkah-langkah pemesanan yakni melakukan kontak secara langsung dengan penjual dan konsumen akan memesan barang yang ingin dibeli. Setelah barang yang dipesan ada maka barulah konsumen melakukan pembayaran.

Pemesanan yang dilakukan saat ini bukan hanya telah menerima barang, akan tetapi konsumen bisa saja masih memesannya. Pemesanan ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik dengan lisan ataupun dengan dunia maya.

2.2 Promosi

Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan dan membujuk konsumen agar membeli produk tersebut Kotler dan Amstrong (2014). Definisi ini bisa dikatakan dengan adanya promosi, memproduksi akan menyampaikan informasi yang telah dikumpulkan kepada konsumen. Promosi juga membantu konsumen untuk lebih mengenal suatu produk untuk dapat meyakinkan produksi mana yang di inginkan melalui pesan membujuk tersebut. Promosi merupakan upaya pemberitahuan agar dapat menawarkan produk maupun jasa kepada para calon pelanggan.

Melewati promosi dapat meningkatkan kenaikan angka penjualan produsen maupun distributor. Promosi juga dapat dikatakan sebagai usaha yang dapat menciptakan kesadaran, pengetahuan, serta menciptakan pengaruh terhadap konsumen agar dapat melakukan pembelian produk yang di tawarkan.

Pengertian promosi penjualan adalah insentif keinginan mendorong, mencoba dan membeli suatu produk ataupun jasa dalam jangka waktu pendek Kotler dan Amstrong (2014). Berikut yakni alat-alat promosi penjualan menurut Kotler dan Amstrong (2014):

1. Contoh produk (*sample*)

Merupakan tawaran dari produk tertentu hanya untuk percobaan.

2. Kemasan dengan harga potongan (*price packs*)

Potongan harga yang telah ditandai dengan produsen langsung pada kemasan maupun label. Ada juga kemasan yang dipotong harga (*a reduced price packs*).

3. Bingkisan (*premiums*)

Yakni barang gratis yang ditawarkan ataupun penawaran produk dengan harga murah sebagai insentif setiap pembelian produk.

4. Diskon

Diskon merupakan pengurangan harga ataupun potongan harga langsung terhadap harga yang telah ditetapkan atas pembelian pada suatu periode tertentu.

5. Barang gratis

Barang gratis adalah pemberian barang kepada pelanggan saat pelanggan membeli produk dalam jumlah tertentu (beli 2 gratis 1 atau beli 1 gratis 1).

Manfaat dari promosi:

a. Komunikasi

Promosi yang dilakukan sering menarik perhatian para konsumen dan pastinya dapat memberikan informasi pengarahannya untuk konsumsinya kepada produsen.

b. Insentif

Penggabungan sejumlah dorongan ataupun kontribusi yang dapat memberi nilai bagi konsumsinya dalam promosi penjualan.

c. Ajakan

Ajakan untuk melakukan transaksi pembelian sekarang.

Dengan menggunakan alat-alat promosi penjualan ini dengan tujuan untuk menciptakan tanggapan kuat dan cepat. Dengan promosi ini untuk mendorong semangat penjual.



