


BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pemanfaatan teknologi yang sedang tren dalam sistem perdagangan saat ini adalah munculnya marketplace. Melalui internet, loka pasar menyediakan kesempatan bagi penjual untuk menjual produk kebutuhan sehari-hari secara langsung kepada pelanggan di pasar konsumen atau kepada konsumen di pasar bisnis-ke-bisnis. Penjualan langsung barang dan jasa melalui *platform* internet ini dikenal dengan istilah loka pasar (Morissan, 2018).

Dengan munculnya berbagai loka pasar di Indonesia, tidak heran jika berbelanja *online* telah menjadi gaya hidup baru bagi masyarakat. Perkembangan ini telah mengubah cara perdagangan tradisional, di mana transaksi jual beli biasanya dilakukan secara langsung, menjadi proses yang dilakukan secara online. Oleh karena itu, loka pasar menjadi daya tarik utama bagi konsumen saat ini dalam berbelanja. Berdasarkan data kunjungan loka pasar menurut *iprice*, terdapat loka pasar yang menjadi favorit konsumen dengan kunjungan terbanyak yaitu Shopee.

<i>Merchant</i>	Pengguna	<i>AppStore Rank</i>	<i>PlayStore Rank</i>
	131.296.667	#1	#1

Gambar 1. 1 Data Aplikasi E-Commerce 2022

Data : <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>

Berdasarkan data tahun 2022 di atas, Shopee menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di *AppStore* dan *Playstore* dengan jumlah pengunjung bulanan sebanyak 131.296.667. Fakta ini menjelaskan mengapa Shopee

menjadi favorit di kalangan masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keberagaman kategori produk yang ditawarkan oleh Shopee serta kemudahan akses untuk berbagai golongan usia membuatnya diminati banyak orang.

Al-Gifary Muslim Wear merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi, produk-produk Mukenah dan Pakain Muslim, di samping memproduksi perusahaan juga melakukan kegiatan promosi dan membantu untuk meningkatkan avebiliti yang dipasarkan perusahaan guna meningkatkan penjualan. Pimpinan perusahaan perlu memperhatikan biaya promosi yang menjadi pokok pembahasan. Justru itulah pemanfaatan biaya promosi harus secara efektif dan efisien. Biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu harus dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam bidang yang sama.

Biaya pemasaran adalah suatu biaya yang harus diperhatikan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam proses penjualan barang yang merupakan faktor penting dalam memperlancar arus penjualan pada perusahaan, di samping faktor-faktor lainnya dalam mempertahankan service dan pelayanan pada konsumen agar tidak berpindah pada perusahaan untuk membeli produk yang sama pula.

Dalam proses penjualan adalah masalah yang mendasar karena menyangkut kelangsungan hidup perusahaan dalam upaya meningkatkan kegiatan/aktivitas, di samping biaya promosi perusahaan, untuk meningkatkan volume penjualan yang melaksanakan pelayanan dan service lebih menyenangkan kepada konsumen dalam proses penjualan memerlukan pengelolaan biaya yang menyangkut biaya umum dan administrasi, untuk bersaing di pasar dalam meraih pangsa pasar, perusahaan ini memproduksi dan melakukan penjualan pakaian muslim yang telah selesai di produksi.

Untuk memperhitungkan biaya promosi perusahaan dalam meningkat volume penjualan, maka salah satu faktor yang perlu diperhatikan guna

mencapai sasaran yaitu pengaruh biaya promosi yang menjadi sarana dalam memperlancar proses terjadinya transaksi antara pembeli dan penjual. Proses penjualan mempunyai fungsi dan pengaruh dalam menentukan terhadap bagian-bagian lain dari perusahaan untuk lebih aktifnya aktivitas perusahaan.

Proses penjualan yang memerlukan biaya promosi yang memperlancar terjadinya proses terjadinya transaksi, maka menjadi titik perhatian pada fungsi dan peranan manajemen keuangan, di samping pembelanjaan suatu perusahaan. Sebab dalam membelanjai perusahaan harus ada keseimbangan antara bahan baku dengan tenaga kerja, dengan pertimbangan bahwa keselarasan bahan baku dan tenaga kerja memang menjadi perhatian utama bagi bagian produksi.

Apabila terlalu banyak barang yang akan dipasarkan biasanya menimbulkan resiko dan juga sebaliknya pula bila barang kurang akan mengakibatkan resiko, oleh karena itu manajemen pada perusahaan harus lebih cermat dalam melihat situasi dan kondisi perusahaan yang sering dialami perusahaan baik perusahaan multi nasional maupun perusahaan swasta penuh yang beroperasi dengan mengutamakan kepentingan konsumen.

Biaya promosi pada perusahaan harus dikelola secara cermat dalam rangka memasarkan hasil produk dari Al-Gifary Muslim Wear, karena perusahaan hanya menjual online.

Perusahaan ini hanya menjual pakaian muslim secara online, maka perlu promosi yang terampil dan mengetahui perusahaan yang bergerak dalam bidang sama, sehingga dalam meningkatkan volume penjualan hasil produk perusahaan dapat dijamin pelayanan kepada konsumen. Al-Gifary Muslim Wear akan meningkatkan dan memerhatikan promosi yang dibuat untuk sampai kepada konsumen, karena biaya promosi harus disesuaikan dengan tujuan dan hasil penjualan dapat peningkatkan, karena ditunjang oleh mutu dan kualitas barang yang akan dipasarkan. Oleh karena itu penelitian ini lebih memfokuskan pada biaya promosi yaitu biaya variabel.

Perusahaan Al-gifary Muslim Wear tidak luput dari masalah di atas, sehingga dengan demikian, penulis tertarik mengkaji masalah pada perusahaan yang mendistribusikan hasil produk pakaian muslim dan sekaligus bergerak dalam bidang penjualan.

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka penulis berupaya melihat sebagaimana pengaruh biaya promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada perusahaan Al-Gifary Muslim Wear dengan judul **ANALISIS PENGARUH BIAYA PROMOSI PADA LOKA PASAR SHOPEE (STUDI KASUS AL-GIFARY MUSLIM WEAR)**

2. Rumusan Masalah

Peneitian ini fokus kepada biaya promosi, jumlah pengunjung, jumlah produk dilihat dan total penjualan. Biaya promosi yang terjadi di Al-Gifary Muslim Wear merupakan sebuah modal baru. Sayangnya, Al-Gifary Muslim Wear cenderung tidak memperdulikan biaya promosi tersebut. Ini dibuktikan dari Al-Gifary Muslim Wear hanya meningkatkan biaya promosi pada saat bulan Ramadhan. Semestinya Al-Gifary Muslim Wear tetap melontarkan dana yang sama untuk melakukan promosi pada tiap bulannya.

Dengan adanya masalah yang telah dijelaskan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap jumlah pengunjung pada toko Al-Gifary Muslim Wear?
2. Apakah biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap jumlah produk dilihat pada toko Al-Gifary Muslim Wear?
3. Apakah biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap total penjualan pada toko Al-Gifary Muslim Wear?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sesuai dengan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap jumlah pengunjung pada toko Al-Gifary Muslim Wear?
2. Untuk mengetahui apakah biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap jumlah produk dilihat pada toko Al-Gifary Muslim Wear?
3. Untuk mengetahui apakah biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap total penjualan pada toko Al-Gifary Muslim Wear?

4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yang berupa :

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran serta informasi bagi semua pihak terutama masyarakat muslim dan juga sebagai bahan evaluasi kinerja manajemen oleh toko *online* Al gifary muslim wear Tasikmalaya, khususnya dalam hal promosi untuk meningkatkan pendapatan toko, dengan ini perusahaan akan terus *survive* dan dapat bersaing di dunia fashion/perbisnisan.

2. Manfaat praktis

Diharapkan dapat menjadi wawasan pengetahuan bagi penulis pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta dapat menjadi bahan acuan bagi pelaku bisnis dalam menerapkan suatu promosi pada operasi bisnisnya

5. Batasan Masalah

Untuk mempermudah masalah yang akan dibahas dan mempermudah dalam pengumpulan data, maka perlu adanya batasan masalah. Peneliti membatasi penelitian ini dengan pengaruh biaya promosi pada loka pasar shopee di toko *online* Al gifary muslim wear dari bulan Januari 2021 sampai dengan Juni 2023.