

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

PT.Sab Industri Berdiri pada tahun 2013, merupakan perusahaan dengan pencetakan spesialis garmen. Namun pada tahun 2015 perusahaan tersebut berganti menjadi PT SAB *Industries* yang bergerak di bidang penjualan pakaian olahraga atau konveksi. Tetapi secara umum, PT SAB *Industries* tetap menjual produk lainnya seperti kemeja, tshirt, topi, rompi, jaket, dan produk utamanya *jersey*. PT. SAB *Industries* selalu berupaya untuk terus belajar untuk mengikuti perkembangan di dunia penjualan pakaian, dan selalu menjaga kualitas dan pelayanan secara maksimal. Hingga saat ini terdapat 19 cabang olahraga yang di produksi serta menggaet para atlet untuk menjadi *Brand Ambassador* dengan tujuan mensejahterahkan atlet. Kualitas yang disajikan juga memiliki bahan tinta yang mempunyai keunggulan *zirotoxic* dimana pengguna *jersey* yang memiliki kulit sensitif tetap bisa memakai *jersey* tersebut. Degan beralamat di Jl. Badak Singa No.2, LB. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132, konsumen dapat mendatangi *store Speed Jersey*.

1.1.2 Logo dan Makna Logo

Berikut merupakan logo perusahaan PT SAB *Industries*:



Gambar 1.1

Logo PT.SAB industries

Sumber: Data Perusahaan 2023

Logo SAB menciptakan gambaran visual yang mencerminkan energi positif dan dinamika olahraga. Desainnya menggambarkan gerakan, kecepatan, dan semangat yang tak terbatas. Bentuk dan elemen logo SAB disusun secara hati-hati untuk menciptakan keselarasan dan keseimbangan. Hal ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap

keberagaman, kesetaraan, dan inklusivitas. Dengan elemen-elemen yang menunjukkan kecepatan, logo ini mencerminkan semangat inovasi dan dorongan untuk terus berkembang di tengah dinamika dunia olahraga yang selalu berubah. Logo ini memberikan kesan kekuatan dan ketangguhan, mencerminkan kualitas dan daya tahan tinggi dari setiap produk olahraga yang dihasilkan oleh perusahaan. Pemilihan warna logo, seperti merah dan hitam, memberikan kesan kuat, dinamis dan membangkitkan semangat yang selaras dengan produk-produk olahraga yang dihasilkan. Logo ini dirancang untuk memberikan kesan konsistensi dan keandalan, mencerminkan dedikasi perusahaan terhadap kualitas tinggi dan layanan yang dapat diandalkan. Logo SAB tidak hanya menjadi simbol saat ini, melainkan juga menciptakan pandangan ke masa depan. Ini menggambarkan perjalanan yang terus berlanjut dan pencapaian yang terus ditingkatkan. Logo SAB tidak hanya menjadi kebanggaan lokal, tetapi juga menciptakan citra global. Ini mencerminkan perusahaannya yang bangga dengan akar lokal dan berkomitmen untuk dikenal di panggung dunia.

1.1.3 Visi, Misi dan Filosofi Perusahaan

a. Visi

Menjadikan perusahaan perdagangan dengan pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai dasar dan tujuan perusahaan.

b. Misi

Membangun usaha perdagangan dengan identitas dan integritas yang berorientasi kepada kualitas yang terbaik sebagai upaya untuk mencapai tujuan kepuasan pelanggan.

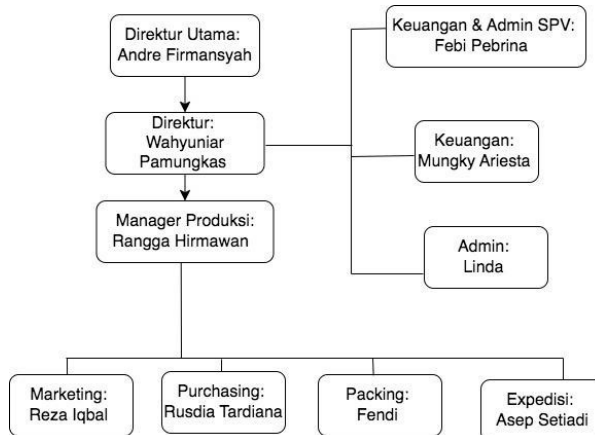
c. Filosofi

Perusahaan menempatkan kompetensi profesional pada pengelolaan, baik dalam pelayanan, keahlian, pemilihan produk dan jasa layanan yang disajikan maupun kepemimpinan serta para karyawannya. Perusahaan juga secara mandiri membangun dan terus mencoba merangkul pengusaha, ataupun jenis usaha di bidang lainnya yang memiliki potensi yang cukup tinggi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat terdekat ataupun secara umum. Dengan begitu, perusahaan menempatkan diri untuk siap bersaing dalam

kualitas maupun berbagai aspek komersial lainnya secara efisien dan efektif dengan kompetitor dalam bidangnya.

1.1.4 Struktur Organisasi

Berikut struktur organisasi pada perusahaan PT.SAB Industries:



Gambar 1.2

Struktur Organisasi PT. SAB INDUSTRIES


Sumber: Data Perusahaan, 2023

1.1.5 Jenis Produk dan Jasa

Salah satu produk yang ditawarkan PT.SAB Industries

Tabel 1.1

Produk Speed Jersey

No	Nama Produk	Produk
1.	<i>Jersey</i>	

Sumber: Data Perusahaan 2023

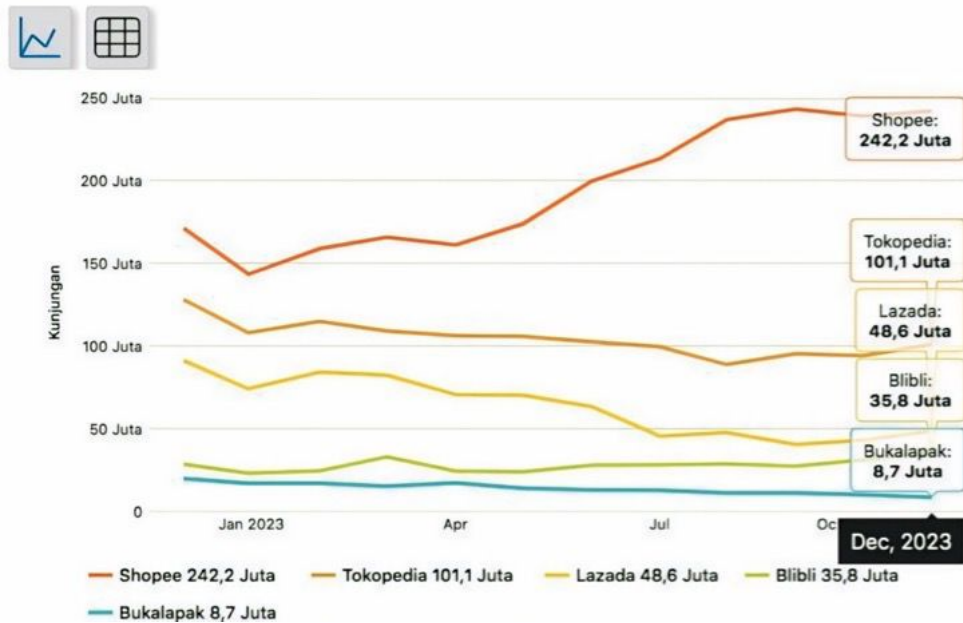
1.1.6 Latar Belakang

Di tahun 2020, pandemi covid-19 yang melanda Indonesia telah menyebabkan guncangan ekonomi yang signifikan. Pembatasan aktivitas masyarakat secara besar-besaran mengakibatkan penurunan tajam pada berbagai sektor, mulai dari pariwisata, transportasi, hingga usaha mikro, kecil, menengah (UMKM). Banyak bisnis yang terpaksa gulung tikar akibat penurunan permintaan yang drastis. Sehingga, mereka perlu untuk melakukan berbagai inovasi untuk tetap bertahan dimasa-masa sulit, salah satunya dengan memanfaatkan internet dan platform.

Menurut data Badan Pusat Statistik dan hasil survei Susenas tahun 2022 menunjukkan peningkatan signifikan dalam penggunaan internet di Indonesia, dari 62,10% pada tahun 2021 menjadi 66,48% pada tahun 2022. Pertumbuhan yang pesat ini mengindikasikan semakin meluasnya akses masyarakat terhadap informasi dan teknologi *digital*.

Sejalan dengan tren tersebut, Shopee adalah platform *e-commerce* terbesar menjadi salah satu yang bisa dimanfaatkan untuk para pembisnis dimasa pandemi ini. Diketahui Databoks 2023 pada gambar 1.3, Shopee merupakan *E-commerce* dengan jumlah pengunjung terbanyak sepanjang tahun 2023 yang terus meningkat pada setiap kuartal I. Pada kuartal III, jumlah pengunjung Shoppe mencapai 237 juta, yang meningkat sebesar 38% dibandingkan jumlah pengunjung di awal tahun. Pertumbuhan pengunjung Shopee melampaui para pesaing utamanya, yaitu Tokopedia, Lazada, Blibi, dan Bukalapak.

Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Januari-Desember 2023)*



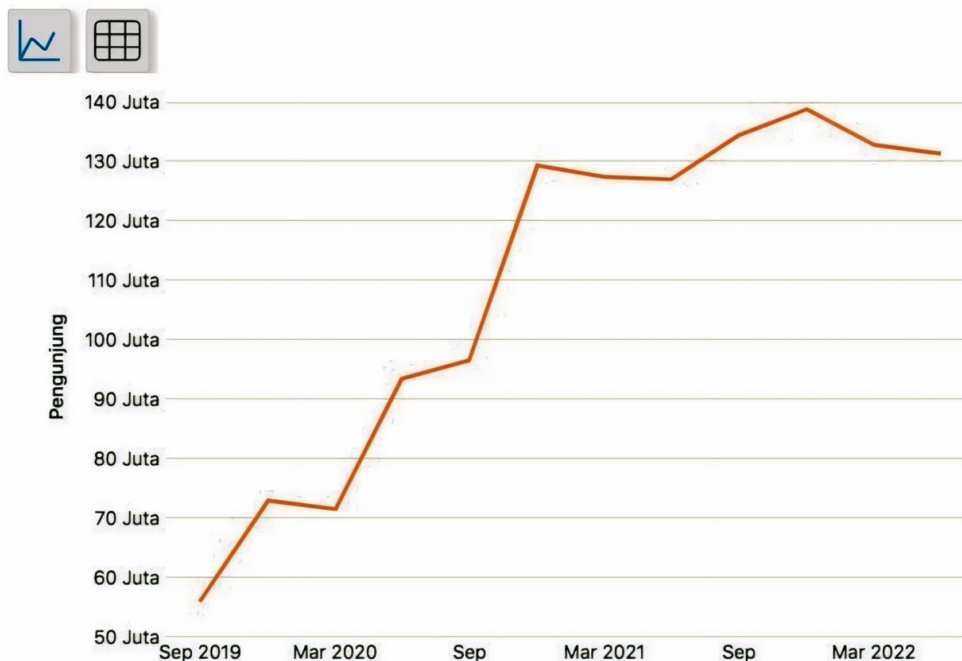
Gambar 1.3

Data Jumlah Kunjungan kelima situs *e-commerce* terbesar di Indonesia

Sumber: Databoks, 2023

Dibandingkan dengan para pesaingnya, Shopee berhasil mencatat pertumbuhan yang sangat pesat selama pandemi. Dari data databoks pada gambar 1.4, menunjukkan bahwa pada kuartal II tahun 2022, rata-rata pengunjung bulanan shopee mencapai 131.3 juta, jauh melampaui platform lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa shopee telah menjadi pilihan utama bagi konsumen indonesia untuk berbelanja online.

Rata-rata Jumlah Pengunjung Situs Shopee per Bulan (Kuartal I 2019-Kuartal II 2022)



Gambar 1.4
Data Rata-rata Jumlah Pengunjung Situs Shopee per Bulan
(Kuartal 1, 2019-kuartal II, 2022)

Sumber: Databoks


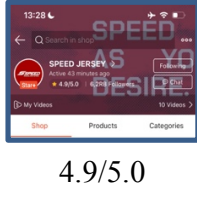

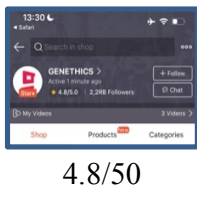

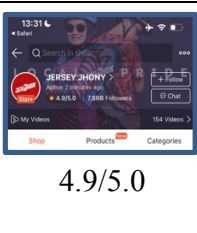
Speed Jersey selaku UMKM yang dari salah satu perusahaan PT SAB Indo yang bergerak pada bidang produksi kaos sepeda ini berdiri pada tahun 2013, juga responsif terhadap perubahan dan inovasi sehingga memutuskan untuk memperluas cakupan dengan membuka toko di *marketplace* Shopee. Langkah ini diambil sebagai responns terhadap dampak COVID-19 yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. *Speed Jersey* melakukan adaptasi ke model B2C (*Business to Costumer*) dari sebelumnya B2B (*Business to Business*). *Speed Jersey* berharap dapat mencapai lebih banyak konsumen dengan meningkatkan penjualan produk *Jersey* secara signifikan. Keputusan ini diambil dengan keyakinan bahwa kemudahan akses melalui platform *e-commerce* terkemuka akan memberikan dampak positif pada pertumbuhan bisnis dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang di era *digital* ini. Dengan beralihnya model bisnis yang

dilakukan oleh *Speed Jersey*, mereka perlu menyesuaikan jenis promosi yang dilakukan agar dapat menjangkau target *market* baru, yang berpengaruh secara langsung terhadap peningkatan penjualan produk- produk mereka.

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan (Herman, 2017). Promosi penjualan dapat didefinisikan sebagai semua promosi yang tidak termasuk iklan, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat. Contoh promosi ini termasuk kupon, diskon, kompetisi, aksesori gratis, pengenalan, dan sebagainya. Dalam kenyataannya, promosi penjualan bertujuan agar pelanggan menerima dan memiliki keinginan mencoba barang yang dipasarkan (Whalley, 2014). Upaya *Speed Jersey* dalam melakukan promosi penjualan di Shopee adalah dengan menawarkan Potongan harga dan kupon.

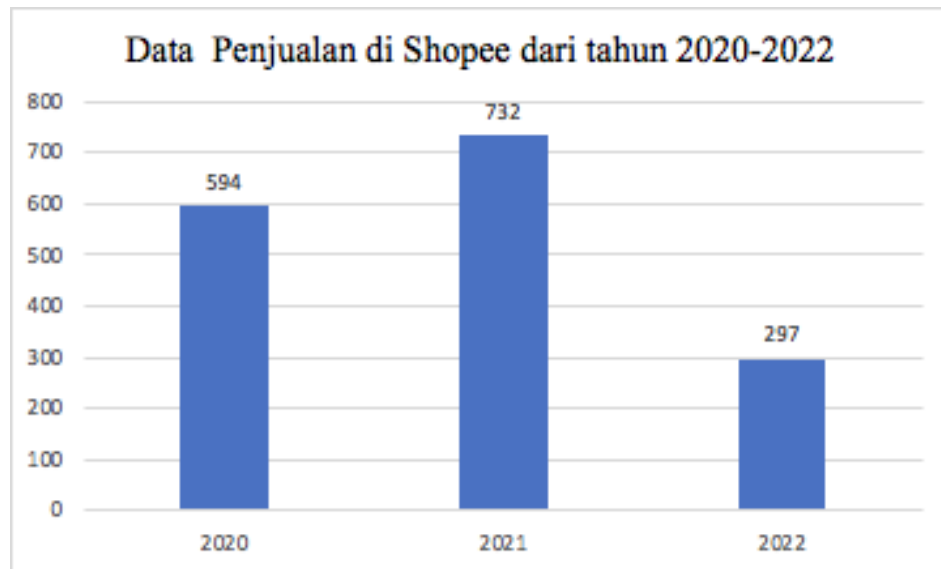
Namun seiring berjalannya waktu, *Speed Jersey* mengalami penurunan penjualan pada *marketplace* Shopee karena munculnya pesaing dengan produk serupa. Menurut data dalam tabel 1.2, terlihat bahwa harga yang ditawarkan kompetitor lebih rendah dari pada *Speed Jersey*. Meskipun terdapat perbedaan *rating*, *Speed Jersey* dan *Jersey Jhony* sama-sama memiliki *rating* yang cukup tinggi, yaitu 4.9/5.0. Pengikut pada *Jersey Jhony* memiliki urutan pertama dengan 7.800 ribu pengikut. Perbedaan harga dan persaingan dengan *rating* yang tinggi menunjukkan *Speed Jersey* masih jauh lebih mahal dari pada kompetitornya. Dari jenis promosi jualan yang dilakukan *Speed Jersey* pada *marketplace* Shopee lebih sedikit dan lebih jarang dilakukan dibanding kompetitor lainnya. Kondisi tersebut juga didukung dari hasil wawancara secara langsung bersama dengan *staff strategic planning & business development Speed Jersey*.

Tabel 1.2
Kompetitor Speed Jersey

No	Merek	Harga	Rating di Shopee	Followers Shopee	Jenis Sales Promotion
1.	SPEED JERSEY		 4.9/5.0	6.200rb	Gratis Ongkir, Kupon, Potongan Harga
2.	GENETICHS		 4.8/5.0	2.200rb	Potongan Harga, Gratis Ongkir, Kupon
3.	Jersey Jhony		 4.9/5.0	7.800rb	Gratis Ongkir, Kupon, Potongan harga

Sumber: Shopee, 2024

Melihat fakta tersebut, penulis telah mengumpulkan data penjualan *Speed Jersey* pada *marketplace* Shopee dari tahun 2020 hingga 2022. Menurut data pada gambar 1.5, penjualan *Speed Jersey* pada *marketplace* Shopee mengalami penurunan yang cukup signifikan selama periode tersebut. Pada tahun 2020, *Speed Jersey* berhasil menjual 594 produk *Jersey* yang menunjukkan antusiasme *customer*, dan penjualan terus meningkat pada tahun 2021 sebanyak 732 *jersey*. Namun, pada tahun 2022, terjadi penurunan yang signifikan dimana *Speed Jersey* hanya menjual 297 produk dalam satu tahun.



Gambar 1.5

Data penjualan di Shopee dari tahun 2020-2022

Sumber: Data Perusahaan, 2023

Penurunan penjualan *Speed Jersey* yang sangat signifikan tentunya menjadi permasalahan yang perlu untuk ditangani dengan efektif. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh *Speed Jersey* pada *marketplace* Shopee adalah dengan menggunakan promosi penjualan. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti lebih jauh bagaimana penerapan Promosi Penjualan yang dilakukan oleh *Speed Jersey* pada *marketplace* Shopee menggunakan pendekatan kualitatif dengan judul “STRATEGI PROMOSI PENJUALAN *SPEED JERSEY* PADA *MARKETPLACE* SHOPEE TAHUN 2024”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka terdapat beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan potongan harga *Speed Jersey* pada Shopee?
2. Bagaimana penerapan kupon *Speed Jersey* pada Shopee?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka terdapat beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan potongan harga *Speed Jersey* di Shopee.
2. Untuk mengetahui penerapan kupon *Speed Jersey* di Shoppe.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang baik kepada pihak- pihak yang terkait didalamnya serta bagi para pembaca. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang Manajemen Pemasaran terkait Promosi Penjualan

2. Manfaat Praktis

Memberikan informasi terkait Promosi Penjualan yang sesuai dan dapat di tetapkan pada perusahaan.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini ada batasan-batasan masalah agar penelitian yang dilakukan lebih fokus dan dapat diperoleh hasil yang sesuai dengan perumusan masalah. Pembatasan suatu penelitian digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah dan ruang lingkup dalam penelitian ini adalah hanya melibatkan variabel promosi penjualan pada *marketplace* Shopee.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran umum objek penelitian, latar

belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan laporan proyek akhir.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis (jika ada).

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.