

## BAB III

### PERMASALAHAN PERUSAHAAN

#### 3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan

##### 3.1.1 Temuan Masalah

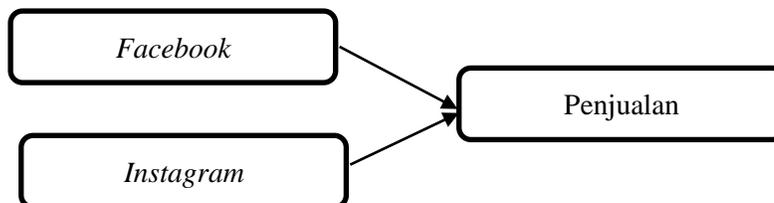
Permasalahan yang terjadi saat ini adalah banyaknya kompetitor dalam penjualan property di Bandar Lampung. Selain itu juga, marketing masih belum menguasai metode cara beriklan di semua platform secara dalam. Pada dasarnya sekarang banyak aplikasi yang lebih modern dan mudah dijangkau oleh calon pembeli. Sehingga masih harusnya adanya peningkatan pelaksanaan iklan pada semua media sosial.

##### 3.1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan temuan masalah yang telah disinggung diatas, maka yang menjadi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan melalui media sosial *Facebook* pada kantor pemasaran The Calo Property Labuhan Ratu Bandar Lampung ?
2. Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan melalui media sosial *Instagram* pada kantor pemasaran The Calo Property Labuhan Ratu Bandar Lampung ?

##### 3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 2 Kerangka Pemecahan Masalah

## **3.2 Landasan Teori**

### **3.2.1 Strategi Pemasaran**

Menurut Hamdun Hanafi strategi adalah penetapan tujuan jangka Panjang yang merupakan dasar dari suatu organisasi dan pemilihan alternatif tindakan serta alokasi sumber daya untuk mencapai suatu tujuan. Strategi merupakan serangkaian tindakan yang perlu dilakukan dalam mencapai berbagai tujuan jangka panjang. Kurun waktu dalam tujuan dan strategi haruslah konsisten, yakni antara dua sampai dengan lima tahun. Suryana mengemukakan 5P yang memiliki arti sama dengan strategi, yaitu :pertama strategi adalah perencanaan (*Plan*) merupakan suatu konsep pemasaran yang tidak terlepas dari aspek perencanaan, arahan ataupun acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai tujuan di masa depan. Akan tetapi tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan di masa lampau, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan di masa lampau. Kedua, strategi adalah pola (*patern*) adalah strategi yang belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan atau *intended strategy* dan disebut *realized strategy* karena telah dilakukan oleh perusahaan. Ketiga, strategi adalah posisi (*position*). Menempatkan posisi tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Strategi pemasaran didefinisikan sebagai analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam suatu strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada setiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran, menentukan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen tepat sasaran.

### **3.2.2 Volume Penjualan**

Kegiatan penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharap tidak tercapai dan pendapatapun berkurang. Suatu perusahaan dalam menghasilkan atau menjual barang mempunyai tujuan akhir, yakni laba dari menjual barang kepada konsumen. Penjual disini memegang peran penting bagi suatu usaha atau toko. Dengan adanya barang yang terjual bisa menjadi sumber pendapatan bagi penjual. Volume penjualan merupakan suatu yang menandai naik turunnya penjualan yang dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kg, atau liter. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan. Besar kecilnya penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut :

- 1) Kualitas Barang : Turunnya mutu barang dapat mempengaruhi volume penjualan, jika barang yang diperdagangkan menurun dapat menyebabkan pembelinya yang sudah menjadi pelanggan dapat merasa kecewa sehingga mereka dapat berpaling barang lain yang mutunya lebih baik.
- 2) Selera Konsumen : Selera konsumen tidaklah tetap dan dapat berubah setiap saat, bila mana selera konsumen terhadap barang-barang yang kita perjualkan berubah maka volume penjualan akan menurun.
- 3) Servis Konsumen : Servis terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan terhadap usaha dimana tingkat persaingan semakin tajam. Dengan adanya servis yang baik terhadap pelanggan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

### **3.3.1 Media Sosial**

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer saat ini adalah *Facebook, WhatsApp Instagram, Twitter, Path dan Wikipedia*. Dalam definisi lain media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka untuk beraktivitas maupun

berkolaborasi. Media sosial dapat dikatakan sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sebagai sebuah ikatan sosial. Jejaring sosial ialah situs yang setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi serta berkomunikasi. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan adalah proses yang dilakukan oleh seseorang dengan sebuah media internet yang digunakan untuk berkomunikasi, berbagi informasi, berkreasi, berbagi ide serta menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat dilakukan dengan mudah melalui *smartphone*.

### **3.3 Metode yang digunakan**

#### **3.3.1 Observasi**

Dalam metode observasi, penulis melakukan pengumpulan data dengan mengamati langsung pada objek penelitian yaitu di PT The Calo Property

#### **3.3.2 Wawancara**

Metode wawancara dilakukan dengan cara bertatap muka secara langsung dan melakukan proses tanya jawab atau wawancara kepada Manajemen, Leader dan Marketing.