

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bencana alam, seperti gempa bumi, dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kelangsungan usaha perusahaan, terutama bagi sektor ritel. Salah satu contohnya adalah Shunu Computer, sebuah perusahaan ritel di Kota Palu, Sulawesi Tengah, yang mengalami penurunan penjualan setelah terjadinya gempa. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi implementasi bauran promosi oleh Shunu Computer dalam meningkatkan penjualan pasca bencana.

Dalam hal ini, hasil wawancara yang telah dilakukan akan dianalisis menggunakan teori bauran promosi. Suatu badan usaha atau perusahaan pasti menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya. Tantangan tersebut bisa berupa kejadian yang tak terduga seperti bencana alam. Shunu Computer adalah salah satu perusahaan yang turut menghadapi bencana alam tersebut. Saat bencana alam terjadi, penjualan menurun drastis. Shunu Computer dalam mempertahankan usahanya perlu melakukan suatu cara agar perusahaan tetap bertahan dan penjualan dapat menciptakan keuntungan kembali. Maka dari itu, Shunu Computer menerapkan bauran promosi untuk meningkatkan penjualan mereka pasca gempa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shunu Computer menerapkan strategi promosi yang kreatif dan adaptif, termasuk penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok. Selain itu, mereka juga menggunakan strategi promosi penjualan langsung melalui sesi live di Facebook. Strategi-promosi ini membantu Shunu Computer untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memulihkan penjualan pasca bencana. Penelitian ini menyoroti pentingnya adaptasi dan inovasi dalam strategi promosi untuk mengatasi dampak bencana dan menjaga kelangsungan usaha perusahaan ritel di lingkungan yang berubah-ubah.

Shunu Computer sendiri mengalami kerugian aset akibat gempa dengan total kerugian Rp 2 miliar rupiah yang merupakan akumulasi dari berbagai cabang dari Shunu Computer yang tersebar di beberapa titik di kota Palu. Selain kerugian akibat bencana,

pada tahun 2018 bulan Oktober, penjualan Shunu Computer sangat anjlok dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Rekap Penjualan Shunu Computer Agustus 2018 - Januari 2019

Tahun	Bulan	Penjualan
2018	Agustus	Rp 694. 727. 969
2018	September	Rp 749.651.001
2018	Oktober	Rp 89. 788. 706
2018	November	Rp. 186.110.000
2018	Desember	Rp. 569. 037.172
2019	Januari	Rp. 692. 192. 177

Sumber : Shunu Computer

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa pada bulan Oktober, penjualan anjlok yang disebabkan oleh gempa sehingga permintaan barang menurun. Namun, ketika memasuki bulan setelahnya yaitu bulan November, penjualan meningkat lebih dari dua kali lipat dan terus bertambah hingga penjualan kembali stabil pada bulan Desember.

Oleh karena itu, penelitian ini akan memfokuskan pada analisis bauran promosi yang digunakan oleh Shunu Computer dalam upaya meningkatkan penjualan mereka pasca gempa Palu, Sulawesi Tengah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik suatu rumusan masalah yaitu "Bagaimana implementasi bauran promosi Shunu Computer dalam peningkatan penjualan pasca gempa Palu, Sulawesi Tengah?"

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi bauran promosi Shunu Computer dalam peningkatan penjualan pasca gempa Palu, Sulawesi Tengah.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Akademik

Diharapkan penelitian ini berguna sebagai sumber referensi di bidang komunikasi untuk peneliti selanjutnya dan pihak lain dalam mempelajari bauran promosi dalam meningkatkan penjualan pasca bencana alam, terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian skripsi.

Manfaat Praktis

Secara praktis, manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada masyarakat, khususnya mahasiswa, mengenai implementasi bauran promosi dalam meningkatkan penjualan pasca bencana alam gempa.

