BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Bauran promosi sangat diperlukan dalam masalah menarik minat pelanggan, begitupun dengan *Nuart Sculture Park* yang melakukan kegiatan bauran promosi agar dapat meningkatkan minat pelanggan agar tertarik memesan maupun membeli hasil karya seni yang dibuat oleh Nuart itu sendiri , sehingga dapat terus meningkatkan volume penjualan. Sangat penting membuat suatu perencanaan dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang terkait dengan kegiatan strategi promosi, sehingga promosi dapat mencapai target sasaran yang diharapkan. Serta melakukan pengendalian dan pengawasan yang dilakukan setelah perencanaan yang telah dibuat dan ditetapkan. Upaya dilakukan untuk pengendalian biaya-biaya yang akan terjadi di masa mendatang, serta mengawasi setiap perubahan yang terjadi dalam biaya promosi. Perubahan tersebut dititik beratkan pada kuat atau lemahnya pengaruh setiap jenis promosi yang harus dipilih oleh Nuart itu sendiri.

Bauran promosi yang dilakukan *Nuart Sculpture Park* dapat melakukan persuasi kepada pelanggan untuk mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan kepada pelanggan. Strategi promosi dapat membuat pelanggan yang tidak mengenal karya seni jadi mengetahui dan ingin memilikinya, dan

membujuknya dalam arti Nuart berusaha meyakinkan pelanggan untuk membeli hasil karya seninya. Fungsi promosi untuk menarik prospek sehingga menjadi konsumen *(pull function).*

Promosi dapat memperkenalkan suatu seni baru dengan memperkuat pesan dan citra periklanan sehingga bisa menciptakan daya tarik, dengan memanfaatkan promosi yang baik dan efektif yang berarti membangun tujuan dan strategi yang sesuai dan menetapkan anggaran dan managemen harus bisa mengevaluasi dari efektifitas promosi sehingga penetapan tujuan promosi adalah tindakan yang bisa menarik perhatian khalayak.

Nana H Abdurrahman mengutip dalam buku Manajemen Strategi Pemasaran, William J. Stanton menggunakan istilah komunikasi pemasaran dengan istilah promosi yang. Ia menyebutkan: "*Promosi adalah salah satu dalam bauran pemasaran yang digunakan untuk memberitahukan, membujuk dan mengingatkan tentang produk perusahaan."*

Komunikasi pemasaran/promosi adalah salah satu bauran pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan nilai pelanggan atau membangun ingatan pelanggan. Pada dasarnya promosi merupakan pemberian atau penggunaan insentif-insentif untuk mendorong penjualan karya seni yang ditawarkan oleh Nuart, sebagaimana *Nuart Sculpture Park* yang menghasilkan suatu karya seni, sehingga pelanggan dapat mengetahui keberadaan dan tertarik untuk membeli. Promosi penjualan diciptakan karena adanya persaingan didalam suatu

perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan khususnya dalam persaingan dibidang karya seni yang sangat pesat persaingannya.

Menurut Fredy Rangkuti dalam buku "Strategi Promosi yang Kreatif" menjelaskan bahwa :

> "Promosi merupakan salah satu cara yang dibutuhkan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan, oleh karena itu, kegiatan promosi ini harus dapat dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran serta diarahkan dan di kendalikan dengan baik sehingga promosi tersebut benar-benar dapat memberikan kontribusi yang tinggi dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Maka dari itu perusahaan atau lembaga harus mempunyai strategi promosi yang baik dan direncanakan.Pemasar mengembangkan promosi untuk mengkomunikasikan informasi mengenai produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya.Untuk menciptakan dan memelihara keunggulan pembeda *(differential advantage)* dari apa yang ditawarkan pesaing maka sebagian besar produk dan merek yang berhasil membutuhkan promosi." (Rangkuti, 2009 : 49-50)

Definisi diatas menjelaskan bahwa strategi promosi merupakan kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, merangsang pelanggan agar mengenal hasil karya seni sehingga memiliki rasa ingin membeli dan meningkatkan volume penjualan dapat tercapai sesuai dengan harapan.

Nuart Sculpture Park berusaha mempengaruhi perasaan, kepercayaan, atau perilaku calon pelanggannya. Membujuk disini berarti *Nuart Sculpture Park* berusaha meyakinkan pelanggan untuk membeli hasil karya seninya, daripada karya seni lain walaupun fungsinya sama hanya berbeda dalam bentuk bahan pembuatan patungnya dengan kualitas yang baik. Mengingatkan, berarti *Nuart*

Sculpture Park berusaha meyakinkan pelanggan untuk membeli hasil karya seninya.

Dan salah satu objek wisata seni yang ada di kota Bandung adalah galeri seni *Nuart Sculpture Park*. Berbicara mengenai seni, salah satu contoh kreatif pada seni yang ada di Kota Bandung ialah Nuart Sculpture Park, atau lebih dikenal dengan Nuart, sebuah museum galeri seni yang memajang karya-karya seni berupa karya seni pahat yang bahan bakunya berupa logam, serta lukisan dan dibuat oleh seniman yang sekaligus merupakan pemilik dari *Nuart Sculpture Park* itu sendiri, yaitu Bapak Nyoman Nuarta yang merupakan pembuat patung Garuda Wisnu Kencana di Bali.

Galeri seni *Nuart Sculpture Park* merupakan salah satu objek tujuan wisata yang akan dikunjungi oleh banyak wisatawan, disebabkan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung itu sendiri agar menarik minat pelanggan. Sesuai dengan visi misi *Nuart Sculpture Park*.

Menyatakan bahwa "Nuart Sculpture Park dibangun berdasarkan gagasan untuk membangun sebuah kawasan seni yang mampu mencerminkan konstribusi seni terhadap kebutuhan sosial pembangunan lingkungan fisik, kepariwisataan, dan pertumbuhan ekonomi", dengan adanya visi pembangunan kepariwisataan maka sudah semestinya galeri seni Nuart secara teknis bersifat aksesibel atau mudah dijangkau bagi siapa saja, dan dapat menarik minat pelanggan.

Peneliti tertarik membahas penelitian ini melihat bahwa *Nuart Sculpture Park* adalah sebuah gallery seni yang belum banyak orang ketahui namun karya

seninya sudah mencapai kualitas yang sangat baik contohnya patung dibali GWK (Garuda Wisnu Kencana).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Strategi bauran promosi dengan judul **Bauran Promosi Gallery Seni *Nuart Sculture Park* Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Bauran Promosi Gallery Seni *Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan).**

1.2.Rumusan Masalah

Untuk mempermudah pembahasan, maka peneliti mengidentifikasikan masalah-masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1.2.1. Pertanyaan Makro

"Bagaimana Bauran Promosi *Gallery Seni Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan?"

1.2.2. Pertanyaan Mikro

Untuk mempermudah pembahasan, maka peneliti mengidentifikasi masalah-masalah yang akan diteliti, sebagai berikut:

1. Bagaimana Periklanan *(Advertising)* Yang Dilakukan *Gallery Seni Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan?

2. Bagaimana Promosi Penjualan *(Sales Promotion)* Yang Dilakukan *Gallery Seni Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan?
3. Bagaimana Pemasaran Langsung *(Direct Marketing)* Yang Dilakukan *Gallery Seni Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan?
4. Begaimana Penjualan Personal *(Personal Selling)* Yang Dilakukan *Gallery Seni Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan?

1.3.Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menggambarkan serta menceritakan tentang bagaimana bauran promosi *Gallery Seni Nuart Sculpture* dalam menarik minat pelanggan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Periklanan *(Advertising) Gallery Seni Nuart Sculpture* Dalam Menarik Minat Pelanggan.
2. Untuk Mengetahui Promosi Penjualan *(Sales Promotion) Gallery Seni Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan.
3. Untuk Mengetahui Pemasaran Langsung *(Direct Marketing) Gallery Seni Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan.

4. Untuk Mengetahui Penjualan Personal *(Personal Selling) Gallery Seni Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan.

1.4.Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan secara teoritis dari penelitian yang dilaksanakan, diharapkan dapat membantu dalam pengembangan pengetahuan (sains), pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya, yaitu khususnya dalam bidang kajian pemasaran mengenai bauran promosi dalam menarik minat pelanggan.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Adapun hasil penelitian secara praktis ini, diharapkan dapat memberikan suatu masukan yang dapat diaplikasikan dan menjadi pertimbangan. Dan kegunaan secara praktis penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan dan wawasan sehubungan dengan masalah yang diteliti melalui pemaparan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta membandingkannya dengan fakta dan realita yang peneliti peroleh dilapangan.
2. Bagi akademik, penelitian ini secara praktis dapat berguna bagi mahasiswa UNIKOM secara umum dan mahasiswa Ilmu Komunikasi secara khusus sebagai literature terutama bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

3. Bagi perusahaan, penelitian ini bisa dijadikan informasi dan saran bagi *Gallery Seni Nuart Sculpture Park* dalam menarik minat pelanggannya megenai hasil karya seni sebagai bentuk bauran promosi untuk meningkatkan penjualan serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.