

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Branding

Branding merupakan hal yang terpenting yang harus digagas serta juga dibangun perusahaan di era sekarang yakni globalisasi. Kehilangan batasan akan membuat para persaingan bisnis membuat sulit. Anda akan menemukan kemungkinan untuk mendirikan satu atau lebih perusahaan asing di negara kita yakni Indonesia. Ternyata juga tidak asing dan merupakan satu atau dua angka, tetapi juga sangat banyak lagi. Oleh karena itu, sebagai seorang yang pembisnis, Anda harus memiliki dan membangun brand dalam bisnis Anda. Konsumen dapat dengan mudah mengidentifikasi merek yang kuat, jadi jika merek Anda kuat, jumlah pesaing tidak akan memengaruhinya. Seperti disebutkan di atas, merek sangat sungguh penting bagi para perusahaan, terutama di zaman yang sekarang ini. Yang merupakan menjadi sebuah alasan adalah perusahaan akan mendapatkan banyak keuntungan:

1. Berpenampilan menarik bagi periwisatawan
2. Mempromosikan pebisnis untuk mempertahankan pelanggan dengan yang dibuatnya atau layanannya.
3. Memberikan kesempatan kepada pebisnis untuk membuat harga dengan nilai jual sangat tinggi.

4. Sebagai pelaku bisnis, kita juga memiliki kesempatan untuk membedakan sebuah hasil dari produknya.

5. Menjadi koneksi atau fitur berbeda yang membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing.

Ini adalah penjelasan tentang merek, dan kemudian Anda dapat memberikan brand dan hasil bisniskita dengan berbagai cara yakni ini salah satunya, dan kinerja sebuah bisnis kita akan selalu terus berkembang. Beberapa perusahaan bersedia mewujudkan brand atau juga merek di perusahaan mereka selama bertahun-tahun. Tentu saja, perusahaan merek ini yang akan membutuhkan banyak uang. Perlu juga dilakukan penelusuran terhadap merek perusahaan agar para perusahaan tidak akan terkecoh dengan merek yang diharapkan.

Untuk mengsuprot para pebisnis yang berkembang pesat, juga harus memastikan bahwa pembukuan disebuah perusahaan disimpan dengan cara yang sangat baik. Agar proses akuntansi Anda lebih gampang dan cepat, kita dapat juga memakai aplikasi yang telah ada contohnya seperti software yang menjurus kearah akuntansi.

Diary adalah perangkat lunak akuntansi online cloud, dan data akan disimpan secara otomatis. Dengan jurnal, Anda dapat dengan mudah mencatat dan menyimpan akun secara cepat dan juga lebih mudah cepat praktis untuk para pebisnis. Log tidak hanya mencatat transaksi, tetapi juga menyediakan fungsi seperti penagihan otomatis dan ketersediaan kargo, dan juga bertujuan akan jauh

bisa lebih membantu memperluas nilai asset para perbisnis di masa yang akan mendatang.

## **B. Pemasaran**

Pemasaran adalah fungsi dari suatu organisasi, itu adalah serangkaian proses yang mewujudkan dan memuaskan kebutuhan sosial, termasuk pertukaran atau penyediaan barang, dan nilai tambah bagi pelanggan yang mengelola hubungan baik antara perusahaan dan pelanggan sebagai pemangku kepentingan.

Pemasaran ialah sebuah proses dalam hal bentuk social dan individu atau komunitas. dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat, untuk menetapkan dan menerapkan potensi komunikasi, dan membangun hubungan yang baik dan menguntungkan dan memahami klien. membutuhkan. Produk bernilai tinggi, harga tetap, distribusi dan promosi yang efektif, sehingga produk dapat mudah dan objektif.

Pemasaran dalam hal ini adalah bertujuan untuk suatu bentuk proses sosial yang melaluinya orang dan juga suatu kelompok yang mempunyai tujuan bersama, untuk mencapai tujuan bersama, menyediakan, dan memperkenalkan sebuah produknya dan juga bisa bertukaran produk juga dan jasanya yang berharga dengan pihak yang lain juga.

## **C. Bauran Pemasaran**

Marketing mix menurut Booms and Bitner tahun 2007 buku Tjiptono juga memodifikasi sebuah model marketing mix untuk industry jasa dengan

menambahkan 3 elemen lain sehingga konsep marketing mix menjadi 9P (Product , Price , Place , Promotion , Power , Public Relations , Process , People dan Phsycal Evidence):

#### Product

Product adalah komoditas juga jasa yang bisa kita kasih kepada para konsumen. Produk yang sangat berkualitas dan yang sangat kompetitif juga akan meninggalkan kesan baik serta positif yang akan mereka dapat memakai produk yang anda berikan. Konsumen menggunakan produk untuk mendapatkan keuntungan dari produk yang mereka beli. Di sisi lain, pengusaha menghasilkan produk untuk memberikan manfaat kepada konsumen yang menggunakan produk mereka dan untuk memperoleh manfaat seperti reproduksi. Namun yang menjadi penting dalam filosofi pemasaran saat ini adalah menghasilkan produk yang bermanfaat dan memberikan kepuasan otomatis. Karena kepuasan pelanggan akan berdampak positif bagi masa depan perusahaan.

#### Harga atau price

Harga atau price juga merupakan bagian terpenting dari sebuah bauran pemasaran yakni setelah produk yang diberikan berkualitas baik. Dan juga hal ini karena harga ialah salah satu hal yang dipertimbangkan penting kedua setelah adanya dari produk dari sebuah pebisnis yang akan ditawarkan. Harga dari sebuah produk atau produk pebisnis yang berlebihan akan juga bisa berdampak jelek pada perhitungan konsumen saat akan membeli produk yang pebisnis jual (sentimen dengan pertentangan). Di sisi lain, dan juga jika produk yang dihasilkan



dan dijual terlalu rendah akan berdampak baik untuk para konsumen karena nilai minat akan meningkat, tetapi juga akan berdampak jelek atau negative dalam hal yang akan Anda peroleh. Maka dari itu semua pebisnis harus memahami bagaimana konsep pemasaran dan juga marketing yang baik agar yang Anda berikan dengan harga yang menguntungkan.

### Promosi

Secara yang bisa kita lihat bahwa promosi adalah bagian penyampaian informasi yang akan diterima oleh para konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi. Aspek ini menjadi sangat penting dalam konsep pemasaran. Promosi adalah promosi yang telah direncanakan atau ditentukan sebelumnya. Target pasar juga akan mempengaruhi strategi promosi dan media yang diterapkan. Anda dapat melihat bahwa target pasarnya adalah kaum milenial dengan desain futuristik dan media sosial yang sangat interaktif.

### Lokasi

Hal ini dijelaskan dengan cara letak strategis suatu lokasi dari sebuah usaha yang dimiliki segala persyaratan yang mempengaruhi kegiatan usaha, seperti kegiatan produksi, pembelian, pemasaran dan pengelolaan. Untuk semua perusahaan harus sangat memperhatikan bagaimana letak dan strategi dalam hal pemilihan lokasi. Lokasi yang sangat strategis di sini dapat dijelaskan atau dipaparkan harus dengan dekat atau dapat mencakup dalam hal rantai perusahaan (produksi produk, produk pemasaran, pengadaan dari sebuah produk, dll), karena sangat juga tidak perlu membutuhkan banyak kebutuhan. Dan juga

dengan bagaimana posisi yang diantisipasi secara cara pemilihan lokasi ini. Adanya kegiatan para pelaku bisnis diharapkan agar berjalan dengan baik dan para konsumen juga dapat memperoleh kepuasan dari layanan yang tepat waktu.

### Orang

Orang adalah sumber utama dalam hal pelaku pebisnis dari akuisisinya, produknya hingga sampai pemasaran. Sumber daya manusia sangat menjadi hal utama dalam hal tolak ukur keberhasilannya atau juga kan kegagalannya disebuah perusahaan. Oleh karena itu, tidak heran jika perusahaan mencari pelaku bisnis yang berkualitas (loyal, smart, agile, support, creative, inovatif, dll). Perusahaan bersedia mengeluarkan banyak uang untuk merekrut tenaga ahli dan dipandang mampu memberikan kontribusi positif bagi perusahaan. Hal terpenting dalam mencari SDM adalah tingkat motivasi, soft skill, hard skill dan sikap SDM. Motivasi kerja, keterampilan sosial, dll. mereka dapat digunakan untuk memeriksa pemahaman seseorang tentang bidang pekerjaan yang menarik minat mereka dan kecintaan mereka pada bidang tersebut. Sikap dapat ditinjau berdasarkan perilaku, penampilan, dan cara berbicara.

### Proses

Dari segi proses, proses ini diartikan salah satu cara dalam hal menghasilkan sebuah produk dari sebuah perusahaan juga akan memberikan pelayanan oleh konsumen secara baik puas dan akan berdampak positif oleh perusahaan dengan mengunakan produk perusahaan. Dalam proses ini harus secara kreatif inovasi yang lebih bisa memikat para konsumen dan akan merasa sangat

puas kan akan merasa tepikat. Contohnya dalam hal inovasi yang sering digunakan oleh beberapa restoran, membuka dapur yang menampilkan profesionalisme, kecerdikan, dan keterampilan memasak, serta dengan proses tampilan yang elegan dapat memberikan kejutan bagi konsumen. Salah satu cara ini akan bisa memikat oara konsumen yang akan berdampak baik di masa depan.

#### Bukti fisik

Dapat dipahami sebagai penampilan fisik suatu perusahaan, termasuk desain pendukung seperti tampilan fasilitas komersial, tampilan produk, dan desain tampilan. Dalam hal teori ini bentuk fisik sangat penting untuk dipertimbangkan. Poin yang baik merupakan cara pertama untuk para konsumen dengan menawarkan produk dan mencobanya. Semakin baik keseluruhan desain, semakin banyak perhatian yang akan diberikan konsumen. Anda harus memahami pentingnya perencanaan fisik yang sangat elegan dan kekinian, penampilan wujud yang sangat indah, dan cara bagaimana kinerja layanan baik atau professional . Oleh Karena itu, Anda akan menciptakan lingkungan yang unik dan tentu saja memungkinkan konsumen memakai dan merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan nyaman. Dan juga konsumen akan mendapatkan pengalaman yang sangat menarik saat memakai jasa atau produk yang disediakan.

#### Humas

Humas adalah bidang yang bisa diblang untuk membantu dalam hal menajemenya dan juga menerapkan serta membuat aturan tujuan bersama,

membangun kinerja yang baik dan harus bisa berkomunikasi dan berkerja secara organisasi/perusahaan serta publik, membantu dalam pengelolaan dan tanggapan terhadap opini publik, mengarahkan untuk kepentingan masyarakat agar dapat departemen cara melacak, memantau, cara untuk sistem jahat, agar dapat penjaga departemen manajemen menangani keadaan darurat yang tidak menguntungkan, dan menggunakan teknik penelitian dan komunikasi yang efektif dan persuasif untuk mencapai semua ini.

#### **D. PARIWISATA**

##### **PENGERTIAN PARIWISASTA**

Pariwisata ialah sebuah kegiatan perjalanan yang telah diagendakan oleh para wisatawan untuk berkunjung kesuatu daerah. Wisatawan bisa dibilang yang melakukan wisata dengan berjalan setidaknya 80 km (50 mil) dari tempat yang ia tempati atau rumah ke tempat tujuan yang merka tujuan rekreasinya.

Pameran serta dalam hal kepariwisataan adalah hal terlengkap dibidang industri jasa. Mereka menangani layanan layanan seperti transportasi, keramahan, perumahan, makanan, minuman dan bank lain, asuransi. Ini juga akan menawarkan pengalaman, petulangan yang bisa dibilang hal baru oleh para wisatawan.

Sekarang ini banyak sebuah negara yang mempunyai mimpi dan bervariasi tergantung pada sector industri wisat. seperti perusahaan untuk menjual layanan kepara pengunjungnya. Maka dari itu pariwisata adalah hal yang bisa kita tonjolkan dan unggulkan untuk pengembangan industry pariwisata baik oleh



lembaga atau tidak. Guna dalam hal mempromosikan area wisata kepada khalayak umum agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Pengertian pariwisata (Wahab, 2003: 143) bahwa: Pariwisata adalah sejenis perpindahan dan organisasi dari berbagai tempat tinggal, kepercayaan dan agama, yang punya gaya hidup beda, beragam ekspektasi, banyak jenis suka dan tidak suka, dan motivasi tidak bisa standardisasi. Tujuan Pengaturan adalah langkah pertama dari rencana sampai kapan harus bergerak sesuai dengan apa yang dapat dicapai. Seseorang melakukan di sana harus menjadi tujuan dari perjalanan atau bewisatanya ini adalah sebagai berikut.:

Bertujuan untuk bersantai

Bertujuan untuk mencari suasana lain

Bertujuan untuk Memenuhi rasa ingin tahu

Bertujuan untuk Keinginan berpetualang

Bertujuan untuk Keinginan mencari kepuasan

Berkomunikasi secara persuasif dengan pelanggan dan prospek dari waktu ke waktu.

## **DESTINASI WISATA**

Tujuan perjalanan adalah segalanya di tujuan wisata yang merupakan daya tarik sehingga wisatawan asing dan wisatawan lokal ingin datang dan mengunjungi tempat itu.

Pengembangan Destinasi Pariwisata jelaskan bahwa kerangka kerja pengembangan untuk tujuan kepariwisataan sebagai berikut:

A. Minat Wisatawan (attraction)

Meliputi keunikan dan daya tarik alam, budaya atau buatan/buatan manusia

B. Aksesibilitas

Meliputi sistem dan fasilitas transportasi yang nyaman.

C. Sarana (Facilities)

meliputi sarana penunjang dan sarana wisata.

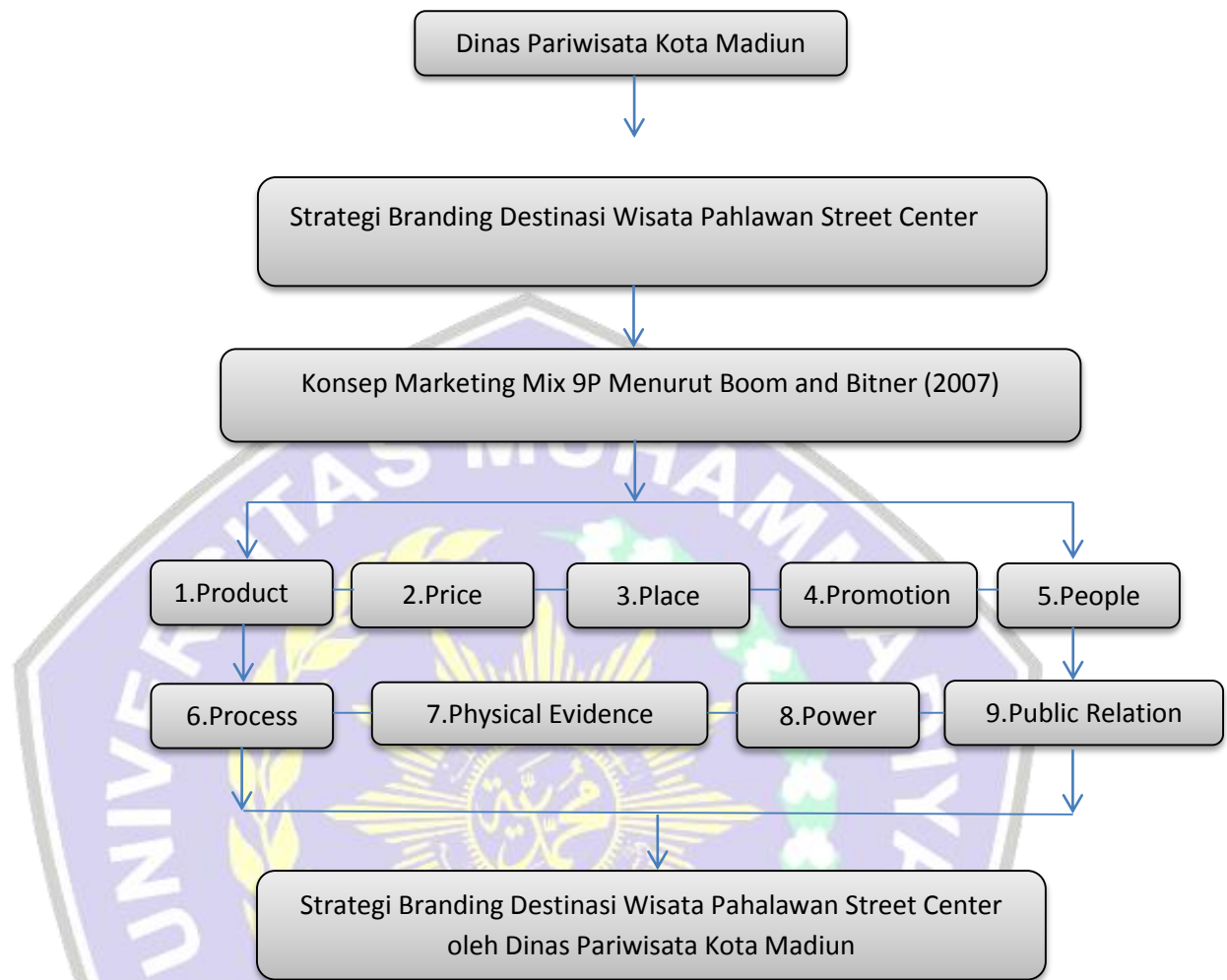
D. Sarana umum yang menunjang kegiatan pariwisata (jasa tambahan).

E. Kelembagaan (institusi)

Lembaga yang mempunyai kekuasaan, tanggung jawab, dan peran untuk mendukung terselenggaranya kegiatan pariwisata



## KERANGKA BERPIKIR



*Tabel 1 Kerangka berpikir*

Dari table diatas dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan teori pemasaran mix 9p menurut Booms and Bitner (2007) yaitu product, Price, place, Promotion, Power , Pulic relation, Process, people, physical evidence. Yang akan menghasilkan bagaimana strategi branding destibasi wisata Pahlawan street center kota Madiun oleh dinas pariwisata kota madiun