

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era persaingan ketat saat ini, suatu perusahaan membutuhkan manajemen yang baik agar perusahaannya dapat bertahan dan tetap mendapat keuntungan. Salah satu manajemen yang perlu ditingkatkan perusahaan adalah manajemen pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses untuk menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun hubungan yang erat untuk memperoleh nilai dari konsumen sebagai imbalannya. Selain itu pemasaran juga bisa diartikan sebagai proses kemasyarakatan dimana perusahaan menciptakan dan menawarkan produk atau jasa kepada orang lain. Tanpa adanya pemasaran yang baik, perusahaan akan kalah bersaing karena produk yang ditawarkan tidak dikenal oleh konsumen dan konsumen jelas tidak akan membelinya. Hal tersebut akan menyebabkan perusahaan mengalami kerugian. (Hardianti & Martini, 2016)

Durian Corner merupakan salah satu toko di Batam yang menjual olahan durian. Toko dibuka pada 2 Agustus 2013 dan kini beralamat di Jalan Gajah Mada 1-5 , Ruko Wahana Baloi Mas, Baloi Indah, Lubuk Baja. Durian Corner menawarkan produk dari olahan durian seperti bolu gulung durian, es krim durian, dodol durian, pancake durian dan berbagai produk olahan durian lainnya.

Pada awalnya Durian Corner berlokasi di Kompleks Ruko Raflesia Blok F no 4, Batam Center. Pemindahan ke lokasi saat ini menurunkan penjualan secara drastis. Lokasi baru kini tidak dikenal oleh masyarakat sehingga menyebabkan penjualan Durian Corner semakin menurun. Manajer hanya mengandalkan konsumen lama yang mempunyai kontak langsung dengan manajer, sementara konsumen yang belum pernah merasakan Durian Corner tidak melakukan

pembelian karena toko tidak melakukan promosi, sehingga banyak orang yang tidak tahu akan keberadaan Durian Corner di Batam.

Melihat penjualan yang kurang pada Durian Corner, penulis merasa Durian Corner membutuhkan strategi promosi untuk meningkatkan penjualannya. Penulis akan merancang strategi 4P atau bauran pemasaran untuk meningkatkan penjualan Durian Corner. Strategi 4P merupakan strategi pemasaran produk, harga, saluran dan promosi untuk menarik konsumen.

Penulis merasa produk Durian Corner perlu di tambahkan cara penyimpanan produk agar konsumen yang membeli produk tidak kecewa ketika produk yang dibeli rusak karena ketidak hati-hatiannya dalam penyimpanan produk. Sementara harga yang ada juga akan diubah dengan adanya diskon untuk pembelian produk

Durian Corner. Selain itu, penulis melihat toko Durian Corner yang agak kumuh sehingga perlu dilakukannya perubahan. Untuk promosi penulis akan merancang promosi melalui media sosial *Instagram*. Dilihat dari permasalahan yang ada, penulis akan melakukan pengamatan dan penerapan strategi pada Durian Corner.

Laporan tersebut kemudian akan diberi judul “**Implementasi Strategi 4P pada Durian Corner Batam**”.

1.2 Ruang Lingkup

Ditinjau dari pengamatan di Durian Corner, peneliti bermaksud untuk merancang strategi 4P. Penjelasan dari rancangan tersebut yaitu:

1. Produk

Merancang cara penyimpanan produk yang baik dan benar kemudian mencetak nya dalam kertas yang kemudian akan diberikan ke konsumen ketika

membeli produk. Sebab produk ini hanya tahan 10 jam diluar kulkas dan akan rusak jika konsumen tidak mengetahuinya.

2. Harga

Penulis akan merancang harga promo untuk Durian Corner yaitu diskon sebesar 20% apabila membeli produk langsung di toko dan membuat sebuah daftar harga yang mempermudah konsumen ketika akan melakukan pembelian.

3. Saluran distribusi atau tempat

Penulis akan merancang spanduk yang akan digantikan di toko Durian Corner sebab spanduk yang lama sudah terlihat kumuh dan menyebabkan brand image yang tidak baik di mata konsumen.

4. Promosi

Penulis akan melakukan *public relation* dengan membuat akun media sosial *Instagram* yang berisi informasi produk, perkenalkan produk ke konsumen, dan lainnya. Mempromosikan melalui *advertising* yaitu meminta akun *Instagram* lainnya untuk memposting dan mempromosikan toko Durian Corner. *Sales promotion* yaitu diskon 20% untuk pembelian produk di toko secara langsung.

1.3 Tujuan Proyek

Sesuai dengan pembahasan dan rancangan yang ada, tujuan dari penerapan strategi adalah sebagai berikut.

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat Batam akan keberadaan Durian Corner Batam melalui *Instagram* sehingga masyarakat mempunyai keinginan untuk melakukan pembelian.

2. Meningkatkan penjualan Durian Corner sebesar 5%.

3. Menerapkan promosi yang sesuai dengan perkembangan zaman saat ini sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

4. Menambah *brand image* perusahaan menjadi lebih baik.

1.4 Luaran Proyek

Output yang akan diterima klien apabila proyek selesai adalah:

1. Produk

Sebuah rancangan informasi cara penyimpanan produk.

2. Harga

Sebuah daftar harga baru yang berisi harga promosi ketika membeli langsung di toko yaitu diskon 20%.

3. Saluran distribusi atau tempat

Sebuah rancangan spanduk di toko yang sudah lama dan diganti yang baru agar dapat menarik konsumen.

4. Promosi

a) Sebuah akun *Instagram* yang berisi tentang informasi produk dan toko seperti Durian Corner dulu pernah di wawancara oleh *btv*, alamat toko, produk apa saja yang ada dan cita rasa produk.

b) Hasil postingan dari akun *Instagram* lainnya sehingga produk Durian Corner semakin terkenal (*paid promote*).

c) Diskon 20% untuk setiap pembelian langsung dari toko.

1.5 Manfaat Proyek

Berikut adalah manfaat dari proyek ini adalah:

1. Bagi Penulis

Dengan membantu Durian Corner menerapkan sistem promosi melalui *Instagram*, dapat bermanfaat bagi peneliti agar memiliki pengetahuan dan wawasan mengenai aplikasi promosi melalui *Instagram* yang dipraktekkan langsung di lapangan. Selain itu, menambah pengetahuan penulis tentang cara usaha bisnis roti. Penulis juga lebih mengerti tentang penerapan strategi 4P atau bauran pemasaran pada perusahaan.

2. Bagi Klien

Dengan adanya penerapan strategi promosi melalui *Instagram*, klien dapat meneruskan strategi promosi yang telah di rancang dan menambah pengetahuan klien tentang manfaat penggunaan strategi promosi sehingga penjualan dan hubungan dengan konsumen dapat berjalan dengan baik. Selain itu, klien juga dapat menambah daya saing toko. Dengan adanya perubahan pada tempat klien diharapkan dapat menciptakan suatu suasana toko yang baru dan menambah *brand image* yang baik.

3. Bagi Pelaku Usaha

Penerapan strategi promosi *Instagram* ini diharapkan dapat menjadi pedoman atau referensi bagi pelaku usaha yang ingin memulai promosi melalui *Instagram* untuk menambah daya tarik konsumen dan daya saing pelaku usaha. Dengan promosi lainnya seperti diskon juga menambah meningkatkan daya tarik suatu produk.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam pelaporan ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Isi dari penulisan ini akan membahas latar belakang masalah, ruang lingkup proyek, tujuan proyek, manfaat proyek, dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Isi dari penulisan ini akan membahas teori, dasar referensi, dan temuan serta informasi relevan mengenai proyek sebagai dasar dari laporan kerja praktek.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Isi dari penulisan ini membahas identitas perusahaan, struktur organisasi, aktivitas kegiatan dan sistem yang digunakan perusahaan.

BAB IV METODOLOGI

Isi dari penulisan ini membahas uraian pendekatan, metode dan rancangan desain yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan.

BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN

Isi dari penulisan ini membahas analisis data berupa gambaran hasil observasi dan wawancara awal hingga terbentuknya perancangan sistem proyek.

BAB VI IMPLEMENTASI

Isi dari penulisan ini membahas proses tahapan implementasi yang dilakukan dan respon yang diperoleh serta uraian kondisi perusahaan setelah menerapkan rancangan yang diajukan penulis.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Isi dari penulisan ini membahas kesimpulan yang berupa ringkasan atas laporan ini, dan saran yang dapat digunakan sebagai perbaikan kelak.