

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Di zaman ini sudah banyak orang yang membuka UMKM dengan strategi berbasis promosi online karena kebanyakan masyarakat sekarang banyak yang sering melakukan daring dan tidak memandang umur dan bisa dimana saja serta kapan saja. Demi mendapatkan penjualan yang meningkat dan agar UMKM tersebut dikenal orang lebih banyak dan customer baru berdatangan untuk ke UMKM tersebut serta melakukan promosi yang menjadi daya tarik UMKM tersebut. Maka dari itu *promotion mix* sangat penting dan sangat berperan besar untuk UMKM karena sebagian masyarakat belum tahu tentang keberadaan UMKM tersebut dan itu sangat membantu sekali dalam meningkatkan penjualan di UMKM tersebut,

Toko Cendol Enak dirikan sejak tahun 2017 oleh Bapak Paul Tan dan memiliki beberapa cabang yaitu Mall Nagoya Hill, Food Court A2, Mall Grand Batam, Fanindo, Tiban, Windsor, Nagoya Newton, Jodoh. sejak berdirinya Toko Cendol Enak Grand Batam sangat minim sekali tentang *promotion mix* yang dilakukan hanya memasang *banner* serta membuat set makanan dan minuman. Dua tahun berlalu Cendol Enak Grand Batam masi belum memikirkan untuk melakukan promosi dengan cara online. Di zaman sekarang yang sudah sangat modern Toko Cendol Enak Grand Batam wajib untuk melakukan berbagai cara promosi agar para pembeli meningkat dan jika pembelian meningkat maka keuntungan yang didapat oleh Toko Cendol Enak Grand Batam juga meningkat serta memperkenalkan produk melalui promosi online agar menarik para pengunjung yang baru.

Seperti yang dikatakan sebelumnya, Toko Cendol Enak Grand Batam belum memiliki cara promosi yang baik dan hanya menggunakan

banner serta melakukan set menu atau membuat paket makanan dan minuman maka dari itu untuk meningkatkan penjualan serta memperkenalkan Cendol Enak Grand Batam kepada masyarakat luar promosi yang paling tepat karena banyak yang masi belum mengenal Cendol Enak Grand Batam padahal banyak turis juga yang melewati daerah sana sangat disayangkan jika penjualan tidak terlalu signifikan akibat kurangnya promosi yang dilakukan selama ini.

Berdasarkan data di atas, maka perlu adanya *promotion mix* yang dapat memudahkan Toko Cendol Enak Grand Batam meningkatkan penjualan serta memudahkan dalam mendapatkan customer yang baru dalam menjalankan bisnis mereka yang berada di unit usaha UMKM dengan judul “Perencanaan dan Penerapan Strategi *Promotion Mix*”.

## 1.2 Tujuan Proyek

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Melakukan *promotion mix* dengan cara iklan atau *advertising*, promosi penjualan, digital marketing.
- b. memberikan pemahaman tentang kondisi penjualan sekarang sbelum adanya *promotion mix*.
- c. membandingkan penjualan sebelum dan sesudah adanya *promotion mix*.
- d. jika sudah berjalan dengan baik memberikan pengarahan kepada pemilik UMKM untuk melanjutkan *promotion mix* yang penulis bangun agar tetap berjalan terus .

## 1.3 Luaran Proyek

Luaran yang di hasilkan oleh penulis dalam perencanaan dan penerapan strategi *promotion mix*. Dengan membuat iklan atau *advertising* yaitu membagikan brosur atau bisa juga membuat banner, dan memberikan promosi seperti membeli 10 produk *discount* 10 persen serta juga melakukan digital marketing membuat Instagram atau Facebook.

Luaran yang di hasilkan oleh proyek ini adalah perencanaan dan penerapan strategi promosi, yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan juga mengenalkan produk kepada sebagian masyarakat yang belum mengetahui tentang adanya UMKM tersebut.

Dengan perencanaan dan penerapan strategi dapat mengatasi masalah yang berada di Toko Cendol Enak Grand Batam yaitu peningkatan penjualan yang tidak terlalu signifikan serta customer Cendol Enak Grand Batam hanya itu-itu saja dan sangat jarang akan datangnya orang baru yang akan membeli produk Cendol Enak Grand Batam.

#### **1.4 Manfaat Proyek**

Manfaat yang di dapatkan dari kerja praktek ini antara lain sebagai berikut:

- Manfaat bagi mahasiswa  
Mendapatkan pengalaman kerja sehingga bisa dijadikan sebagai acuan atau menjadi pengalaman saat berbisnis karena gelar saja tidak cukup untuk berbisnis tetapi pengalaman yang kita pernah lalui saat berbisnis lebih penting.
- Manfaat bagi Toko Cendol Enak Grand Batam

Toko Cendol Enak Grand Batam akan mendapatkan manfaat dari proyek ini adalah memudahkan Toko Cendol Enak Grand Batam untuk mengetahui target mereka itu tertuju kemana serta mempermudah mereka untuk menjual dan mengenalkan produk mereka kepada masyarakat serta melakukan inovasi baru untuk meningkatkan penjualan .

#### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan di buat untuk memberi pengertian secara spesifik dari setiap bab yang di buat. Pembahasan proyek ini terdiri dari tujuh bab yaitu:

##### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang proyek dan apa yang ingin dicapai.

##### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan mengenai teori dan informasi yang relevan mengenai *promotion mix* menurut para ahli.

### BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi mengenai struktur perusahaan serta identitas perusahaan serta klasifikasi pekerjaannya.

### BAB IV: METODOLOGI

Bab ini berisikan rancangan strategi promosi dan penerapannya beserta jadwalnya.

### BAB V: ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang perancangan sistem serta kendala implementasi untuk perusahaan.

### BAB VI: IMPLEMENTASI

Bab ini berisikan penjelasan mengenai penerapan strategi dan masalah yang muncul setelah diterapkan strategi promosi.

### BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan rangkuman dan masukan yang di berikan dari penulis kepada pemilik Toko Cendol Enak Grand Batam tentang situasi yang terjadi di perusahaan.