

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, banyak sekali jenis usaha kecil menengah yang bermunculan di kalangan masyarakat. Usaha ini bervariasi, namun yang paling banyak diminati adalah usaha olahan makanan seperti kue kering. Hal ini disebabkan karena sifat konsumtif masyarakat terhadap kue kering atau cemilan, sehingga bisnis usaha kecil ini menjamur di masyarakat. Oleh sebab itu usaha kecil menengah berkaitan erat dengan pemasaran.

Salah satu faktor yang dapat membantu berhasilnya suatu usaha dalam kegiatan berlangsungnya sebuah usaha adalah dengan melakukan strategi pemasaran. Suatu perusahaan atau usaha akan melakukan strategi ini dalam penyampaian sebuah produknya kepada konsumen agar konsumen dapat mengetahui produk tersebut serta tertarik untuk membeli yang nantinya hal ini tentu saja menjadi keuntungan untuk sebuah perusahaan atau usaha. Strategi ini dilakukan agar usaha yang dijalankan tersebut dapat bersaing dengan usaha lainnya dan mendapatkan keuntungan serta menjadi kunci keberhasilan usaha terhadap kegiatan usaha yang dijelankannya. Proses promosi harus berjalan dengan baik agar keberlangsungan suatu usaha tetap berjalan dengan semestinya, promosi suatu usaha dapat dilakukan dengan menggunakan metode *promotion mix*.

*Promotion Mix* termasuk bagian dari *marketing mix*, yang mana dalam *promotion mix* yang digunakan dalam promosi ini terdapat 5 bagian yang dapat

dilakukan untuk melakukan pemasaran seperti *advertising, personal selling, public relations, sales promotion*, serta *direct marketing*.

UMKM Putri Anna merupakan salah satu UMKM yang berbasis olahan makanan, dimana pemilik UMKM ini ingin agar usahanya lebih dikenal masyarakat dikarenakan banyaknya pesaing beliau, dan selama ini Ibu Entin hanya mengandalkan strategi *mouth to mouth* saja, sehingga keberadaan usaha beliau banyak yang belum mengetahuinya.

Maka hal ini membuat penulis untuk membantu pihak kue kering Putri Anna dalam melakukan media promosi yaitu *promotion mix* yang nantinya dapat digunakan untuk usaha kue kering Putri Anna dalam melakukan media promosi agar lebih efisien dan efektif untuk Kue kering Putri Anna dalam hasil kegiatan kerja praktek berjudul **“Pelaksanaan Analisis *Promotion Mix* pada Kue Kering Putri Anna”**.

## **1.2 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup pada laporan kegiatan ini adalah menganalisa metode pemasaran yang akan dilakukan kepada kue kering Putri Anna seperti, seperti menggunakan media periklanan yaitu persebaran poster, brosur dan spanduk, melakukan pemasaran penjualan melalui pemberian pemotongan harga pada produk, perancangan model untuk spanduk, brosur, banner serta poster.

## **1.3 Tujuan Proyek**

- a. Peningkatan akan daya saing dan daya tarik terhadap konsumen.

- b. Peningkatan jumlah penjualan pada kue kering Putri Anna dalam pelaksanaan promosi dan meningkatkan brand serta jalur pemasaran.
- c. Membantu usaha kue kering Putri Anna dalam membuat media pemasaran yang nantinya akan digunakan kedepannya.

#### **1.4 Luaran Proyek**

Luaran proyek pada kegiatan laporan ini adalah :

- a. Menerapkan media pemasaran yang akan dipakai oleh usaha kue kering Putri Anna melalui media iklan seperti poster yang diletakkan di tempat strategis, melakukan persebaran brosur, memasang spanduk – spanduk di tempat strategis, melakukan pemasaran penjualan seperti pemotongan harga kepada setiap konsumen yang membeli 2 atau 3 produk pada usaha kue kering Putri Anna.
- b. Melakukan perancangan poster, brosur, spanduk, dan banner dalam bentuk *softcopy* dan kemudian akan diberikan kepada pemilik usaha kue kering Putri Anna agar dapat mendukung media promosi yang akan dilakukan kedepannya.

#### **1.5 Manfaat Proyek**

Manfaat atas pelaksanaan yang dilakukan dalam laporan ini adalah:

- a. Manfaat kepada perusahaan

Kue kering Putri Anna diharapkan mengalami peningkatan penjualan dengan adanya penerapan media promosi yang dapat membantu usaha Ibu Entin kedepannya.

b. Manfaat kepada mahasiswa

Mahasiswa yang secara langsung terlibat dalam kegiatan praktek pada kue kering Putri Anna akan memperoleh ilmu praktek yang nantinya kemudian akan dikembangkan bersamaan melalui teori serta pengetahuan yang didapat selama berada pada masa perkuliahan.

## 1.6 Sistematika Pembahasan

Berikut sistematika penulisan dalam kegiatan pelaksanaan laporan kerja praktek ini adalah :

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang mengenai apa saja masalah atau hambatan – hambatan yang terjadi di wilayah sekitar pemilik usaha, apa saja ruang lingkup kegiatan usaha tersebut, tujuan dilakukannya kegiatan proyek, luaran kegiatan proyek, dan manfaat kegiatan proyek.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua akan membahas mengenai pengertian dari promosi dan baruan dari promosi tersebut. Bab ini akan menjelaskan apa saja yang menjadi bagian dari bauran promosi serta penjelasan dari bauran promosi.

### BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab tiga akan membahas tentang latar belakang usaha, struktur organisasi usaha, kegiatan operasional usaha serta sistem pemasaran yang digunakan oleh usaha.

### BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

Bab empat akan membahas tentang rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, proses perancangan data serta tahapan dan jadwal pelaksanaan kegiatan kerja praktek.

### BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab lima akan membahas mengenai analisa data usaha, perancangan yang dilakukan melalui pengamatan di tempat usaha.

### BAB VI IMPLEMENTASI

Bab enam membahas tentang tahap – tahap implementasi serta keadaan setelah adanya implementasi.

### BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bab tujuh akan membahas tentang kesimpulan dari seluruh hasil kegiatan kerja dan saran untuk peneliti selanjutnya.