

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya jaman kondisi sekitar sudah banyak berubah dengan keadaan sekitar mulai dari yang tradisional menjadi modern. Pergantian abad ini telah banyak merubah cara pikir manusia menjadi lebih berkembang dan gaya hidup yang lebih mewah, salah satu contohnya yaitu bisnis kuliner kedai kopi atau biasanya yang disebut kafe, sekarang terdapat banyak tempat nongkrong seperti kafe yang memiliki berbagai macam minuman dan makanan yang kekinian yang memiliki desain elegan dengan konsep kekinian, terhubung perkembangan jaman yang lebih modern, juga membuat kita berpikir secara kreatif dan kritis untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang bergaya hidup mewah dan mendorong berbagai entrepreneur atau biasa yang disebut pengusaha berlomba-lomba membuat usaha yang menguntungkan dan kreatif, seperti saat ini yang cukup diminati yaitu usaha minuman seperti kopi. Di kota-kota besar, kafe sangat diminati dan di sukai beberapa kalangan, begitu juga masyarakat Kota Batam. Usaha kafe ini memiliki perkembangan yang sangat cepat dan tidak sulit untuk di cari. Peluang dengan membuka usaha ini kafe sangat tinggi, kebanyakan penduduk di Batam yang sebagian besar statusnya yaitu bekerja, yang rata-rata melepas penat dari pekerjaannya yaitu berkunjung ke kafe begitu juga dengan adanya pelayanan yang bagus dan desain yang bagus maka semakin tinggi niat pengunjung untuk datang ke kafe tersebut.

Mengolah suatu usaha agar tetap bertumbuh dan berkembang, memerlukan upaya yang besar agar tetap bisa meningkatkan dan tetap konsisten dengan mempertahankan kepercayaan pengunjung dan juga memaksimalkan pelayanan dengan menjaga kualitas makanan dimulai dari kebersihan makanan, kerapian, tanggung jawab dan waktu penyajian. Pemilik usaha ini memerlukan penyusunan ulang strategi agar strategi yang di terapkan dapat mengembangkan usaha dan pastinya siap berkompetisi dengan kompetitor lain. Dalam mengembangkan bisnis yang sudah berlangsung, pemilik usaha perlu mengolah dan tetap menjaga

kualitas dalam pelayanan yang nyaman, menawarkan promosi yang menarik dan mendapatkan loyalitas dari konsumen.

Menurut analisis yang dijalankan oleh penulis pada Kyan Cafe yang merupakan kafe dan restoran yang beralamat di perumahan Batu Ampar. Usaha tersebut termasuk dalam usaha yang baru di bangun sehingga peminat pada took tersebut cenderung sedikit dan pendapatan yang didapatkan tidak tentu sehingga sangat rentan terhadap kerugian. Pada saat mendirikan usaha ini, pemilik Kyan Cafe tidak banyak dalam promosi, hanya melalui sosial media dan melakukan promosi hanya melalui mulut ke mulut saja. Sedangkan usaha restoran yang terdapat disekitar Kyan Cafe telah melakukan banyak jenis penerapan promosi dari koran hingga ke pemasaran digital seperti led yang berukuran besar di jalan agar menarik perhatian pelanggan yang sedang beraktivitas di jalan dan selain dari itu para pesaing juga menawarkan promosi yang sangat menguntungkan pelanggan yang sedang berkunjung.

Dalam meningkatkan profit dan menambah jumlah konsumen yang lebih banyak, pengurus Kyan Cafe perlu melakukan promosi dan menjangkau pasar sehingga kafe tersebut mudah dikenali secara luas. Pemasaran dilakukan yang memiliki maksud untuk mengembangkan minat pelanggan dengan menawarkan harga yang menguntungkan dan pastinya dengan harga yang spesial. Penyusunan strategi yang baik serta mengolah manajemen yang disiplin pastinya akan membuahkan hasil yang baik dalam menjalankan usaha, jika strategi yang dipakai salah dan tidak mencapai target maka akan menghasilkan hasil yang tidak memuaskan, sehingga memerlukan penerapan ulang struktur pemasaran atau *Promotion Mix* untuk dapat meningkatkan Kyan Cafe ini untuk tetap berkembang dan bertumbuh kearah yang lebih baik.

Tujuan diterapkannya *Promotion Mix* dengan maksud menggabungkan berbagai jenis promosi pada jasa ,produk dan meningkatkan hasil dengan pesat. Dengan kesulitan yang di hadapi menurut latar belakang yang suda terjadi, peneliti sungguh ingin menerapkan solusi dengan mengimplemntasikan strategi *promotion Mix* pada Kyan Cafe dan menajalani kerja praktek yang berjudul **“Perancangan *Promotion Mix* pada Kyan Cafe di Kota Batam”.**

1.2 Ruang Lingkup

Dengan kondisi wilayah kafe tersebut, kerja praktek ini dengan melakukan berbagai jenis strategi pemasaran dan mengimplementasikan pada Kyan Cafeagara bisnis tersebut mendapatkan banyak peminat dari pelanggan dan pastinya loyalitas dari pelanggan juga bertambah. Semenjak Kyan Cafe beroperasi dan sudah melakukan promosi tetapi tetapi masih saja kurang dalam meingkatkan kualitas untuk menarik pelanggan.

jadi diperlukan untuk melakukan perubahan system dalam pemasaran seperti membuat promosi di sosial media , seperti menawarkan harga menarik dan paket yang menguntungkan, menawarkan harga spesial yang menarik dan Kyan's memberitahukan kepada masyarakat luas tentang promosi yang ditawarkan oleh Kyan Cafe serta jangan lupa menambahkan promosi melalui sosial media seperti Instagram. Pastinya harus meningkatkan pelayanan yang baik dan jangan lupa untuk memberikan salam , menjaga kebersihan, harus sopan ,serta bertanggung jawab dan tidak lama menyajikan makanasn.

1.3 Tujuan Proyek

Proyek tersebut dijalankan dengan kata lain dapat memperoleh wawasan, strategi beserta solusi kepada pemilik Kyan Cafe dalam menanggulangi permasalahan ini dan pastinya mengimplementasikan sistem promosi yang efisien dengan menerapkan *promotion mix* seperti menerapkan *sales promotion*, *direct marketing* dan *advertising*. Dengan awal berdirinya Kyan Cafe cuma menggunakan promosi *mouth to mouth* yang dimana promosi tersebut hanya menggunakan rekomendasi dari orang lain yaitu mulut ke mulut, dan sosial media yang tidak begitu kuat hal ini akan berakibat buruk bagi Kyan Cafe dalam bersaing dengan kafe lainnya. Maka perlu dibutuhkan adanya perubahan yang bermanfaat seperti menerapkan promosi, meningkatkan pelayanan, kualitas makanan. Perubahan yang di terapkan akan berpengaruh pada minat calon konsumen untuk mendapatkan kesetiaan dari konsumen agar terus tetap menjadi pilihan, serta merta menjalin hubungan yang baik dengan kustomer, dengan ini Kyan Cafe akan mengalami kenaikan profit dan bertambahnya minat pelanggan.

1.4 Luaran Projek

Dengan adanya kerja praktek ini, semoga dapat menghasilkan sebuah hasil yang memuaskan kepada Kyan Cafe yang dapat diimplementasikan dengan jangka waktu panjang yang terdiri dari :

- a. *Sales promotion*, menentukan *timing*, waktu dan tanggal yang tepat untuk menerapkan promosi tersebut atau seperti tawaran promosi lainnya yang sudah di tentukan.
- b. *Advertising*, Menarik konsumen dengan iklan-iklan dan brosur dengan konsep yang berbeda sehingga mendapatkan kesetiaan konsumen dan pastinya lebih banyak di kenal oleh masyarakat
- c. *Direct marketing*, di bagian ini dengan melakukan unduhan foto kedalam akun sosial media Kyan Cafe yaitu dari Instagram karena pada zaman sekarang semua serba praktis dan modern yang dibantu oleh kecanggihan teknologi manusia, masyarakat mudah mendapatkan informasi dengan mudah. Sehingga dalam memperoleh informasi sudah tidak sesulit pada zaman dulu lagi

1.5 Manfaat Projek

Manfaat-manfaat yang didapatkan dari hasil kerja praktek ini ialah:

1. Bagi Pemilik Usaha

Dengan menerapkan sistem pemasaran yang sudah di rancang, pastinya pemilik usaha akan memperoleh ilmu-ilmu baru yang dapat meningkatkan peforma bisnisnya, selain itu tentu saja dengan meningkatnya pelanggan maka profit yang di dapatkan juga akan bertambah.

2. Bagi Mahasiswa

Pastinya setelah melakukan kerja praktek ini, mahasiswa tentu saja mendapatkan pengalaman yang luar biasa, dimana dengan hasil belajarnya di universitas dapat membantu usaha orang secara nyata, dengan langsung praktek di lapangan, mahasiswa dapat mempertajam dan mempejari lebih dalam ilmu pengetahuan dan keterampilan dengan

kegiatan kerja praktek, dan mahasiswa juga bisa mengerti bagaimana kondisi bisnis yang ada di area tersebut.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang permasalahan pada Kyan Cafe, yangrumusan masalah, ruang lingkup, tujuan dilakukannya kerja praktek, manfaat dari kerja praktek dan beserta pembahasan sistematika.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bagan ini akan dijabarkan mengenai profilKyan Cafe, struktur organisasi, aktivitas kegiatan operasional Kyan Cafe dan sistem pemasaran yang diterapkan olehKyan Cafe.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi penjelasan tentang identitasKyan Cafe, struktur organisasi yang terdapat pada Kyan Café dan sistem yang digunakan oleh Kyan Cafe.

BAB IV METODOLOGI

Bab ini menjabarkan desain, metode yang digunakan dan solusi yang dipakai dalam menyelesaikan masalah untuk mencapai tujuan dan tahapan penelitian.

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi analisis data yang berasal dari pengamatan kondisi Kyan Cafe dan wawancara yang dilakaukan oleh penulis pada awal pertemuan dan juga merancang alat/sistem yang akan dihasilkan.

BAB VI IMPLEMENTASI

Proses terjadinya tahap implementasi dan memperoleh hasil dari perancangan yang dilakukan di tempat kerja praktek tersebut.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab terakhir tentang inti dari bab bab lainnya yang sudah di jelaskan dan di dalam bab ini mendeskripsikan secara detail mengenai

hal-hal yang bersangkutan dengan judul yang di ditetapkan oleh si penulis dan juga berisi saran bagi perusahaan selama menerapkan kerja praktek serta bagi penulis berikutnya untuk melakukan perbaikan laporan dimasa yang mendatang.