

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di masa kini, media sosial sudah bisa dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai media online yang digunakan oleh penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, terhubung dan berinteraksi sosial dengan pengguna lainnya, tetapi dapat juga dimanfaatkan oleh pebisnis sebagai media untuk mempromosikan produk mereka karena tidak semua orang menggunakan koran atau televisi lagi sebagai alat pembantu untuk mendapatkan informasi lagi, tetapi juga dapat menggunakan media sosial. Dimana media sosial tersebut dapat dijadikan sebagai alat untuk mempromosikan usaha atau produk kita ke pangsa pasar yang lebih besar dan lebih luas lagi, kemudian yang saat ini ditambah dengan adanya jasa ekspedisi, orang perantara, atau kurir untuk pengantaran barang yang semakin memudahkan para konsumen untuk membeli barang tanpa harus pergi ke toko itu sendiri. Sedangkan saat ini sudah banyak usaha lain yang gencar memasarkan produk mereka melalui media sosial seperti membuat postingan promosi di facebook, instagram, diskon, dan voucher makan gratis.

Berdasarkan survei yang dilakukan Warung 18, kebanyakan konsumen berasal dari Batam Center, sedangkan tidak banyak konsumen yang berasal dari lingkungan Warung 18 itu sendiri. Hal ini terjadi karena Warung 18 kurang melakukan promosi sehingga adanya konsumen yang belum mengetahui keberadaan Warung 18 ini, hal ini menyebabkan tidak terjadinya peningkatan penjualan pada Warung 18. Dari permasalahan diatas, Warung 18 sangat memerlukan *promotion mix* yang tepat. Dalam *promotion mix* ada beberapa

strategi yang bisa dilakukan untuk mempromosikan produk seperti membuat paket-paket potongan diskon dan brosur kemudian disebarakan melalui media sosial.

1.2 Ruang Lingkup

Pada proyek ini terdapat beberapa ruang lingkup yaitu sebagai berikut.

1. Merancang kemudian melakukan implementasi sistem promosi pemasaran dengan cara mengadakan atau merancan dan membuat paket promosi pada waktu tertentu seperti diskon pada setiap transaksi dengan nominal tertentu.
2. Melakukan pemasaran menggunakan alat digital yaitu mendaftarkan akun sosial media seperti instagram atau facebook serta menjaga agar akun sosial media tersebut tetap aktif dan selalu diperbarui setiap minggunya secara berkala dan membuat akun tersebut lebih dikenal terutama oleh masyarakat Kota Batam maupun di luar Kota Batam.

1.3 Tujuan Proyek

Pada kerja praktek ini, adapun tujuan yang ingin dicapai yaitu melakukan perbaikan dan pengembangan strategi pemasaran pada usaha Warung 18 sehingga diharapkan dapat menaikkan *brand image* pada Warung 18 serta meningkatkan omzet Warung 18 minimal 5% - 10% dari yang sebelumnya yaitu sebesar Rp. 10,000,000 per 30 harinya.

1.4 Luaran Proyek

Luaran proyek yang didapatkan oleh penulis dari pelaksanaan kerja praktek ini, diharapkan dapat membantu usaha Warung 18 untuk meningkatkan jumlah penjualannya dengan cara :

a. Pemasaran digital :

Pemasaran digital yang diimplementasi pada Warung 18 yakni menawarkan produk Warung 18 melalui media sosial seperti intagram atau facebook. Karena saat ini hamper semua masyarakat mencari sebuah informasi produk melalui media sosial.

Metode yang digunakan yaitu melakukan postingan promosi secara berkala serta membuat halaman media sosial yang semenarik mungkin seperti membuat postingan dengan kalimat dan latar belakang yang menarik dan unik. Kemudian membuat voucher diskon makan di Warung 18 jika mengikuti dan membagikan akun instagram atau facebook Warung 18 kepada akun media sosial yang lain.

b. Promosi penjualan :

Pada metode ini Warung 18 akan mengadakan promosi khusus seperti diskon pada saat-saat tertentu, seperti pada saat Bulan Natal setiap makan hingga pembayaran mencapai sebesar Rp200,000, konsumen akan mendapatkan potongan langsung sebesar Rp20,000 yang berlaku kelipatannya.

1.5 Manfaat Proyek

Pada proyek ini, keuntungan yang diharapkan akan didapatkan dari hasil pelaksanaan kerja praktek ini antara lain :

1. Untuk Akademi
 - a. Untuk memperkenalkan kepada mahasiswa bagaimana gambaran lingkungan praktek kerja yang sebenarnya sebagai modal, memperbanyak ilmu, wawasan dan pemahaman agar dapat menyambut lingkungan dunia kerja yang sebenarnya, serta mempraktikkan ilmu manajemen pada lingkungan kerja nyata.
 - b. Sebagai bekal dan bahan, serta menambah ilmu bagi para penganalisa selanjutnya mengenai tentang pemasaran secara digital.
2. Untuk Pengusaha
 - a. Dapat menambah omzet penjualan usaha Warung 18.
 - b. Diharapkan dapat meningkatkan *brand image* pada Warung 18.

1.6 Sistematika Pembahasan

Pada sistematika ini, dibuat dengan maksud untuk memberikan rincian dan penjelasan tentang isi bab-bab ini serta pembahasan dalam bab-bab pada laporan kerja praktek ini.

BAB I: PENDAHULUAN

Di dalam Bab I penulis akan menguraikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh usaha yang akan dijadikan sebagai tempat kerja praktek penulis, latar belakang , tujuan proyek dilaksanakan,

luaran dari proyek, ruang lingkup lokasi yang dijadikan sebagai tempat melaksanakan kerja praktek, manfaat proyek dilaksanakan, serta sistematika atau penataan pembahasan dari setiap susunan yang terdapat dalam laporan kerja praktek ini.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab II akan berisi suatu pembahasan mengenai hasil atau temuan teori dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, juga terdapat pembahasan mengenai informasi yang signifikan lainnya yang penulis peroleh dari narasumber lainnya yang akan dijadikan sebagai bahan atau informasi dasar bagi penulis dalam melaksanakan kegiatan kerja praktek yang akan diselidiki dan diuraikan dalam laporan ini.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Didalam bab ini akan terdapat pembahasan tentang personalitas dari usaha serta kegiatan atau aktifitas sehari-hari usaha, dan cara yang diterapkan oleh suatu industri.

BAB IV: METODOLOGI

Di dalam bab ini akan berisi pembahasan yang berkenaan dengan metode, desain, atau pendekatan yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam suatu penelitian agar tujuan penelitian dapat dicapai, beserta tingkatan penelitian secara ringkas, rinci dan spesifik.

BAB V: ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Didalam bab V berisi pembahasan mengenai deskripsi yang didapatkan dari hasil riset dan wawancara yang dilakukan antara penganalisa dengan pemilik usaha yang dijadikan tempat kerja praktek, perancangan sistem dan kendala yang akan dihadapi ketika akan melakukan implementasi.

BAB VI: IMPLEMENTASI

Bab ini akan membahas mengenai implementasi sistem serta kondisi usaha setelah melakukan implementasi sistem atau metode yang didapatkan oleh penulis.

BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir, penulis akan menyajikan informasi mengenai kesimpulan dan saran kepada pemilik usaha yang telah direkomendasikan penulis agar usaha dapat lebih berkembang di masa kemudian.