

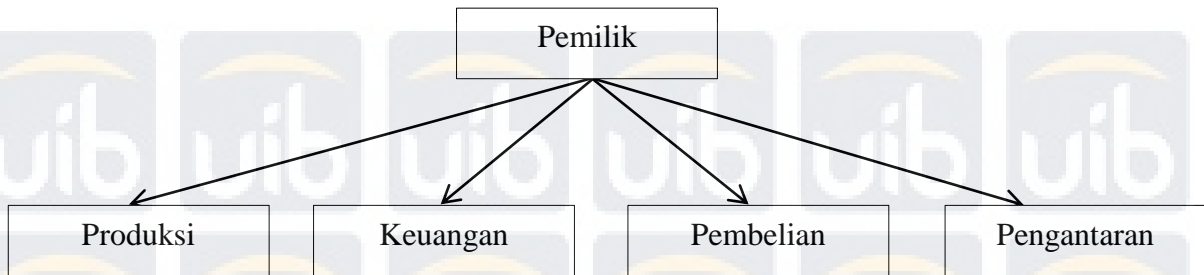
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Identitas Perusahaan

Warung 18 yakni sebuah kios usaha kecil milik famili yang berwujud sebuah rumah makan yang sederhana. Warung 18 didirikan oleh bapak Romy pada tanggal 18 Maret 2012. Warung 18 menyediakan beberapa menu makanan yaitu sup ikan bakso campur, mie ayam, ayam goreng bumbu, 3T (Tahu Tempe Telur), dan menu utamanya yaitu nasi kuning ayam cabe merah. Warung 18 juga menghadirkan beberapa hidangan minuman seperti teh, kopi, milo, sirup orange, dan ada juga teh susu. Rumah ini menjalankan usahanya di komplek perumahan Taman Kota Baloi Blok F3 No. 09, Kecamatan Lubuk Baja, Batam.

3.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Tiap-tiap industri diwajibkan untuk memiliki sebuah susunan struktur organisasi yang telah tertata dengan jelas agar setiap orang memiliki dan mengetahui tanggung jawabnya masing – masing. Struktur organisasi dapat dijadikan sebagai pedoman sebuah perusahaan dalam beroperasional sehingga perusahaan bisa beroperasional secara efektif. Tetapi pada Warung 18 tidak memiliki struktur organisasi, jadi semua pekerjaan langsung dikerjakan oleh Bapak dan Ibu Romy sendiri.



Gambar 1: Struktur Organisasi Warung 18, sumber: Data primer diolah (2018).

3.3 Aktivitas Kegiatan Operasional Perusahaan

Warung 18 merupakan usaha yang menyediakan berbagai macam makanan seperti sup ikan bakso campur, mie ayam, ayam goreng bumbu, 3T (Tahu Tempe Telur), dan menu utamanya yaitu nasi kuning ayam cabe merah. Warung 18 juga menyediakan beberapa minuman seperti kopi, teh, milo, sirup orange, dan teh susu. Kegiatan operasional Warung 18 dilakukan setiap hari (hari Senin sampai dengan hari Minggu) yang di mulai pada pukul 07.00 WIB hingga pukul 15.00 WIB atau hingga dagangannya telah habis.

3.4 Sistem yang Digunakan oleh Perusahaan

Kini sistem promosi yang dimiliki oleh Warung 18 belum mendukung atau memadai aktifitas operasional yang dilakukan sehari-hari. Warung 18 menggunakan sistem promosi dengan melakukan periklanan yakni membuat sebuah brosur yang berisikan menu-menu makanan yang tersedia, tetapi tidak aktif disebarakan kepada konsumen-konsumen. Selain itu brosur-brosur tersebut sampai saat ini masih belum diperbarui dengan desain-desain baru oleh pemilik usaha. Warung 18 sampai saat ini belum melakukan kegiatan promosi menggunakan media sosial, padahal jika dilihat perkembangan teknologi saat ini, media sosial saat ini memiliki peranan yang penting terutama dalam bidang usaha

untuk mempermudah perusahaan dalam menyebarkan informasi mengenai produk atau jasa yang mereka jual sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk melakukan suatu pembelian atau tidak. Warung 18

juga menerapkan strategi komunikasi dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut sebagai *Word Of Mouth* oleh Bapak dan Ibu Romy sendiri tanpa menyebarkan brosur dan iklan, sehingga sulit sekali untuk mendapatkan pelanggan baru.

Langkah promosi yang sedang digunakan Warung 18 saat ini belum bisa membuat sebuah pengaruh yang cukup besar seperti peningkatan pada omzet penjualannya dikarenakan masih menemukan keterikatan dalam memasarkan dan promosi produk atau jasa mereka ke daerah yang lebih luas dan pasar yang lebih luas. Dari penjelasan, kita dapat menyimpulkan bahwa Warung 18 belum menerapkan *promotion mix* secara maksimal pada usahanya.