

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Permasalahan yang dialami oleh Kongkow Carwash ini adalah tidak memiliki sistem promosi. Hal ini disebabkan kurangnya pelanggan sehingga Kongkow Carwash tidak mengalami peningkatan omset hingga saat ini. Perusahaan lain sudah melakukan pemasaran promosi dengan membuat berbagai promosi – promosi yang dapat meningkatkan pelanggan pada jasa pencucian mobil seperti jasa pencucian mobil secara *online*.

Berdasarkan data yang didapatkan oleh penulis pada saat kunjungan, manajer kongkow carwash memperkirakan omset setiap bulannya adalah Rp.11.300.000. Pada bulan Juni kongkow carwash mendapatkan omset sebesar Rp.11.500.000, di bulan Juli sebesar Rp.11.100.000, dan di bulan Agustus sebesar 11.050.000, sehingga menurut sudut pandang penulis bahwa keadaan perusahaan Kongkow Carwash tidak mengalami peningkatan omset. Penulis menginginkan bahwa omset perusahaan meningkat. Kongkow Carwash hanya mengharapkan konsumen yang sedang bermain golf sehingga terjadinya minimnya pendapatan dalam melakukan jasa pencucian mobil. Usaha pada Carwash tersebut sangat membutuhkan promosi yang lebih banyak untuk meningkatkan pendapatan, meningkatkan jumlah pelanggan serta meningkatkan *brand image* pada Carwash tersebut. Melihat kasus yang tertera diatas Kongkow Carwash sangat membutuhkan strategi pemasaran promosi yang tepat.

Masyarakat di wilayah Batam lebih banyak menggunakan transportasi pribadi dibandingkan dengan transportasi angkutan umum, sehingga kendaraan di

Batam semakin hari semakin bertambah. Hasil survei yang di terbitkan oleh Batam Pos pada tahun 2015 tercatat sebanyak 54.298 kendaraan dan di tahun

2016 ada penambahan sebanyak 19.321 unit kendaraan dengan rician 15.079 unit kendaraan roda dua sedangkan roda empat 4.242. Pemilik Kongkow Carwash memilih membuka usaha carwash karena Pertumbuhan ekonomi Batam saat ini

sudah mencapai 4,47 persen sampai Mei 2018 sehingga Kongkow Carwash melihat kesempatan ini sebagai peluang bisnis jasa yang bagus.

Segmentasi Kongkow Carwash saat ini adalah tamu-tamu yang ingin

berolahraga di Kongkow Driving Range. Penulis melihat bahwa Kongkow Carwash memiliki peluang untuk menambah segmentasi seperti orang-orang yang sering melewati Kongkow Carwash, oleh karena itu penulis terdorong untuk

membuat penelitian dengan judul: **“Penerapan Advertising dan Sales Promotion pada Kongkow Carwash”**.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pertama pada penelitian ini yaitu melakukan rancangan dan implementasi sistem promosi pemasaran. Poin kedua yang akan dilakukan

oleh penulis yaitu melakukan pemasaran periklanan. Perusahaan Kongkow Carwash dapat berkembang menjadi lebih besar dengan adanya sistem promosi pemasaran dan pemasaran periklanan ini diharapkan dapat mencapai tujuan

penulis dan perusahaan.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan pada proyek ini adalah dapat membantu Kongkow Carwash untuk meningkatkan pendapatan atau omset sebesar 10 persen. Proyek ini juga

diharapkan dapat membantu meningkatkan *brand image* pada Kongkow Carwash, sehingga pelanggan akan terus datang kembali untuk melakukan jasa pencucian mobil di Kongkow Carwash (Tekin, 2016).

1.4 Luaran Proyek

Luaran dari proyek ini adalah hasil output dan implementasi sistem pemasaran dengan cara sebagai berikut:

1. Promosi penjualan

Promosi penjualan dapat membuat paket-paket promosi spesial secara berkala seperti voucher diskon dan membuat kartu stempel untuk setiap konsumen yang akan datang melakukan jasa pencucian mobil.

2. Periklanan

Periklanan atau *advertising* seperti brosur atau pemasangan spanduk untuk memberi informasi paket pencucian mobil yang ada di Kongkow

Carwash.

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat dari pelaksanaan proyek ini antara lain:

1. Bagi Akademi

- a. Memperkenalkan lingkungan kerja nyata kepada mahasiswa sebagai bekal untuk menghadapi dunia kerja dan membantu mengimplementasikan ilmu manajemen.
- b. Bahan referensi bagi peneliti berikutnya mengenai strategi pemasaran digital.

2. Bagi Perusahaan
 - a. Meningkatkan pendapatan atau omset pada Kongkow Carwash.
 - b. Meningkatkan jumlah pelanggan pada Kongkow Carwash.
 - c. Meningkatkan *brand image* pada Kongkow Carwash.

1.6 Sistematika Pembahasan

Penulis membuat sistematika pembahasan untuk mempermudah pembaca, adapun sistematika pembahasan tersusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini penulis menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, luaran proyek, manfaat proyek serta sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori, temuan, rangkuman singkat yang berkomprensif mengenai semua materi terkait yang terdapat dalam berbagai referensi.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini penulis menjelaskan mengenai identitas perusahaan, struktur organisasi, aktivitas kegiatan operasional perusahaan dan sistem yang digunakan oleh perusahaan.

BAB IV METODOLOGI

Bab ini penulis menguraikan desain metode atau pendekatan yang akan digunakan dalam menjawab permasalahan penelitian atau studi untuk mencapai tujuan penelitian,serta tahapan penelitian.

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi analisis data yang berisi gambaran hasil observasi dan wawancara awal penulis ke tempat kerja praktek, serta perancangan alat/sistem yang akan dihasilkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang menjelaskan secara ringkas hal-hal yang berkaitan dengan judul/topik yang dipilih oleh penulis, serta