

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kota Batam merupakan salah satu kota di Indonesia dengan pertumbuhan ekonomi yang cepat karena didukung dengan maraknya sektor industri, pariwisata dan perdagangan dan mendapatkan keuntungan karena letaknya yang strategis dan berdekatan dengan negara tetangga Singapura dan Malaysia. Jumlah wisatawan mancanegara maupun domestik yang berkunjung ke Batam juga masih stabil dan cenderung meningkat. Batam merupakan gerbang utama arus masuk wisatawan mancanegara di Kepulauan Riau. Pada 2017 lalu, sebanyak 1,5 juta wisman masuk melalui pelabuhan yang ada di Batam. Porsi besar Batam 72,5% dari total 2,1 juta kunjungan wisman ke Kepri. Secara global, kunjungan wisman tumbuh sangat bagus dan potensi dari kunjungan wisatawan pun harus bisa dioptimalkan oleh pemerintah daerah dan pengelola industri wisata di Batam. Pendapatan Kepri dari sektor pariwisata juga ditunjang wisatawan nusantara (wisnus). Jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kepri pada 2017 mencapai 3,5 juta dengan pemasukan devisa mencapai Rp 1,7 triliun. Sekitar 3 juta diantaranya berkunjung ke Batam sebagai salah satu pintu masuk wisatawan nusantara ke wilayah Kepri ([www.batam.tribunnews.com](http://www.batam.tribunnews.com)).

Indonesia merupakan pasar yang cukup menggiurkan untuk serbuan barang-barang impor, seperti barang elektronik, handphone, produk fashion dan barang lain sebagainya. Hal ini disebabkan karena banyak masyarakat yang lebih menghargai barang buatan luar negeri dan mereka ingin meningkatkan status sosial di masyarakat. Atau bisa juga karena harga barang impor lebih murah

dibandingkan dengan harga barang produksi di tanah air. Pembatasan kuota impor maupun aturan kebijakan lainnya agaknya tidak membuat serbuan barang impor ini melemah, pasalnya permintaan akan barang murah berkualitas dari masyarakat sangatlah tinggi ([www.batam.tribunnews.com](http://www.batam.tribunnews.com)).

Produk tas Batam dikenal dengan tas impor kw kualitas yang didatangkan dari Singapura, China, Taiwan, maupun Hongkong. Namun, dikarenakan kualitas produk tas kw ini cukup baik maka keberadaan tas impor Batam ini dapat bersaing dengan tas produksi lokal lainnya. Tas impor Batam dapat menjadi tas yang banyak digandrungi oleh masyarakat, karena bergesernya selera masyarakat dari tas lokal menjadi tas impor. Pada dasarnya tas Batam merupakan tas produksi home industri dari China (atau negara pemroduksi tas lainnya) yang tidak jauh beda dengan industry UMKM di tanah air. Bedanya, kualitas bahan baku yang mereka gunakan adalah kualitas bahan baku grade A, atau setidaknya grade B. Bila tas buatan lokal lainnya menggunakan brand lokal atau tidak dilabeli sama sekali, sedangkan tas Batam menggunakan label atau merek tiruan dari brand-brand tas terkenal seperti Hermes, Louis Vuiton, Gucci dan lain merek yang terkenal lainnya ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)).

Toko Adore merupakan sebuah usaha yang berbentuk toko yang menjual berbagai jenis produk tas bermerk dengan kualitas premium atau yang lebih akrab disebut sebagai produk KW. Toko Adore ini berada di lantai dasar Blok B12 No.5, Batam City Square (BCS) mall, Batam. Toko Adore didirikan di Batam oleh Ms. Riwe pada tanggal 05 Mei 2017, dengan di latarbelakangi oleh tingkat nilai penjualan yang bagus dari toko tas KW lainnya. Sejauh ini penjualan masih relatif baik dan stabil, omset dapat mencapai 20 juta per bulannya. Namun omset ini dirasa masih kurang tinggi bila dilihat dari besarnya pasar produk tas KW di

Batam ini dan ini masih belum bisa membuat puas pemilik toko ini atas nilai penjualan yang didapatkan.

Peluang dibidang penjualan tas premium impor kualitas kw ini cukup bagus di dalam lingkungan BCS Mal Batam, karena banyaknya kunjungan wisatawan asing dan juga wisatawan nusantara terutama di akhir pekan. Batam yang merupakan salah satu tujuan wisata yang cukup populer bagi wisatawan asing dari Malaysia dan Singapura diakhir pekan dan juga wisatawan nusantara yang banyak mengadakan acara pertemuan dan rapat skala nasional di kota Batam memberikan keuntungan bagi pasaran tas kualitas kw ini. Ketika pulang ke negara atau kota masing masing terkadang mereka membawa oleh ataupun pesanan oleh oleh dari teman dan kolega mereka untuk membelikan produk tas kualitas kw di Batam yang dikenal dengan harga yang lebih murah dibandingkan kota lain di Indonesia.

Maraknya penjualan tas premium kualitas kw ini harus tetap mematuhi peraturan pemerintah yang berkaitan dengan impor yaitu Peraturan Menteri Keuangan No. 47/PMK.04/2011 tentang Tatalaksana Pemasukan dan Pengeluaran Barang ke dan dari Kawasan yang telah Ditetapkan sebagai Kawasan Perdagangan Bebas Dan Pelabuhan Bebas dan Pembebasan Cukai. Barang kiriman dari luar negeri yang dimasukkan ke kawasan bebas diberikan pembebasan bea masuk. Penyelenggara pos menyampaikan Barang kiriman yang dimasukkan dari kawasan pabean atau tempat lain yang telah disetujui oleh Kepala Kantor Bea Cukai ke kawasan bebas dengan menggunakan dokumen pos CN-22/ CN-23 atau Dokumen Pengiriman Barang. Apabila barang kiriman mempunyai nilai diatas FOB USD 1500 dan atau barang yang dilarang atau dibatasi maka penyelenggara pos memberitahukan kepada penerima barang kiriman untuk

menyampaikan dokumen PPFTZ-01. Barang kiriman tersebut akan dilakukan pemeriksaan pabean, meliputi pemeriksaan dokumen dan fisik barang yang diimpor tersebut ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)).

Pada kondisi dunia usaha di Batam seperti sekarang ini, dimana persaingan dalam menjual produk sangat ketat dibutuhkan strategi promosi yang tepat dalam meningkatkan penjualan produk. Strategi pemasaran yang tepat merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan dan pengenalan kepada masyarakat dan pelanggan. Dalam mencapai strategi pemasaran yang tepat dan terbaik untuk diterapkan, salah satunya perusahaan dapat melihat dari faktor promosi. Hal tersebut penting karena bauran pemasaran merupakan salah satu pokok pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk. Jika perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk menjaring konsumen dan produk yang ditawarkan akan sia-sia.

Untuk pengembangan usaha tas kualitas premium atau tas kw ini diperlukan strategi promosi yang tepat, dapat memperluas pasaran dan dapat dikenal oleh banyak konsumen. Kegiatan promosi ini bertujuan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi dan meyakinkan kepada para calon konsumen tentang keunggulan produk yang dijual. Strategi yang tepat dan efektif bagi perusahaan akan memberikan dampak yang positif dalam penjualan, kegagalan sebuah strategi dapat menimbulkan penurunan pendapatan, kerusakan reputasi perusahaan, serta kehilangan pelanggan.

Untuk dapat mengembangkan perusahaan menjadi lebih besar lagi maka Toko Adore Batam membutuhkan suatu strategi promosi pemasaran yang memiliki keunggulan untuk bersaing dan dapat berjalan dengan efektif pada

perusahaan. Dilihat dari kondisi perusahaan inilah yang menarik perhatian penulis untuk melakukan observasi dengan judul “**Analisis dan Penerapan Bauran Promosi pada Toko Adore Batam**”.

## **1.2 Ruang Lingkup Proyek**

Laporan kerja praktek ini disusun berdasarkan observasi yang dilakukan pada Toko Adore Batam selaku perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan tas kualitas premium. Penulis menerapkan beberapa elemen dalam sistem bauran promosi pemasaran yang terdiri dari elemen yaitu *advertising, personal selling, sales promotion*. Karya tulis kerja praktek ini akan membahas mengenai bauran promosi pemasaran di Toko Adore Batam.

## **1.3 Tujuan Proyek**

Penelitian ini memiliki tujuan dan manfaat sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi promosi pemasaran yang tepat untuk di laksanakan pada Toko Adore Batam
2. Mengevaluasi strategi bauran promosi pemasaran yang di laksanakan pada Toko Adore Batam
3. Menerapkan strategi bauran promosi pemasaran yang efektif di laksanakan pada Toko Adore Batam

## **1.4 Luaran Proyek**

Luaran proyek pada kerja praktek yang diharapkan dapat dilaksanakan di Toko Adore Batam dengan cara menerapkan strategi bauran promosi pemasaran yaitu :

1. Menerapkan elemen dari *advertising* yaitu melalui pemasangan spanduk di beberapa titik lokasi yang strategis dan banyak dikunjungi atau dilalui wisatawan seperti pelabuhan dan hotel di Batam
2. Membuat peta lokasi melalui *google map* agar mudah ditemukan oleh wisatawan yang akan membeli tas tersebut
3. Membuat akun media sosial dan mempromosikan produk tas yang dijual. Dengan semakin gencarnya promosi melalui media sosial seperti facebook dan Instagram maka diharapkan akan lebih banyak pelanggan dan calon pelanggan yang dapat mengenal Toko Adore Batam.
4. Merancang strategi promosi berupa *sales promotion* yaitu menyelenggarakan program promosi seperti ekstra diskon untuk pembelian berikutnya oleh pelanggan Toko Adore Batam.

### **1.5 Manfaat Proyek**

Manfaat dari observasi ini adalah memberikan tambahan informasi dan strategi promosi yang tepat bagi Toko Adore Batam dalam merancang dan menerapkan sistem bauran promosi agar dapat meningkatkan minat beli pelanggan dan mencapai volume penjualan yang lebih tinggi. Toko Adore Batam akan lebih dikenal oleh masyarakat dan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan produk tas kualitas premium.

### **1.6 Sistematika Pembahasan**

Penulis membagi penulisan karya tulis ini ke dalam beberapa bab sebagai berikut ini agar dapat lebih terstruktur dan sistematis:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas mengenai latar belakang, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek, dan manfaat proyek.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori, yang terkait dengan kerja praktek dari jurnal maupun buku-buku sebagai referensi sesuai dengan kerja praktek yang diterapkan.

## **BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini membahas mengenai identitas perusahaan lokasi kerja praktek serta sejarah umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan aktivitas kegiatan operasional perusahaan yang menggambarkan siklus perusahaan secara jelas.

## **BAB IV : METODOLOGI**

Bab ini membahas mengenai rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, proses perancangan, serta tahapan dan jadwal pelaksanaan dari tahap persiapan sampai dengan tahap penilaian dan pelaporan.

## **BAB V : ANALISA DATA DAN PERANCANGAN**

Bab ini membahas mengenai analisa data yang berisi gambaran observasi awal hingga akhir kerja praktek, perancangan alat atau sistem yang dihasilkan untuk perusahaan, dan kendala dalam implementasi jika kerja praktek tidak dapat diterapkan oleh perusahaan.

## BAB VI : IMPLEMENTASI

Bab ini membahas mengenai proses yang terjadi pada tahap implementasi dan umpan balik yang diperoleh dari hasil perancangan yang di implementasikan perusahaan.

## BAB VII : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan yang merupakan rangkuman laporan kerja praktek dan saran untuk dapat ditindaklanjuti atau di kembangkan untuk penulis selanjutya.