

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia modern dan era globalisasi sekarang ini, semakin banyaknya masyarakat yang ingin memulai bisnis. Tentunya hal itu membuat persaingan bisnis makin meningkat setiap tahunnya. Banyak usaha-usaha yang bermunculan, baik usaha barang maupun jasa. Bisnis rumahan merupakan salah satu bisnis yang menjajikan di bidang jasa yang banyak dijalani di Indonesia.

Semakin tingginya perkembangan teknologi di jaman sekarang, tentunya banyak para penjual usaha yang cemas akan kegagalan usahanya. Hidup di era modern dituntut untuk melakukan segala sesuatunya dengan praktis dan cepat. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menciptakan ide-ide yang baru untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam bersaing mempertahankan usahanya.

Dalam suatu perusahaan atau usaha, mereka tidak hanya dituntut untuk menciptakan produk baru dan ide-ide yang baru. Mereka juga memiliki kompetitor dalam bersaing tentunya. Untuk itu setiap pemilik usaha diharuskan untuk memasarkan atau mempromosikan usahanya dan berusaha untuk tetap menjalin hubungan dengan konsumen agar usaha dapat berjalan dengan baik sesuai tujuan dan rencana.

Penulis telah melakukan observasi di salah satu usaha penjahit rumahan yaitu FAS BOU'TIQ. Observasi dilakukan penulis dengan mendatangi langsung tempat usaha dan bertemu dengan pemilik usaha. Dari hasil observasi yang telah penulis lakukan, usaha penjahit rumahan di sekitar usaha jahit ibu Tuty, terdapat 2 pesaing. Tetapi masih banyak masyarakat yang belum mengetahui usaha Ibu Tuty yang beralamat di Bengkong Harapan 2, Blok Q nomor 1. Selama ini pesanan hanya dilakukan oleh orang terdekat saja, seperti tetangga dan kerabat yang mengenal ibu Tuty.

Hal ini tentunya di sebabkan kurangnya promosi yang dilakukan FAS BOU'TIQ. Sebelumnya ibu Tuty hanya mempromosikan usahanya dari mulut ke mulut saja kepada masyarakat. Ini membuat jumlah pesanan hanya di angka segitu-segitu saja dan tidak adanya peningkatan. Apalagi usaha jahit ini adalah usaha yang tergolong usaha musiman. Orang lain baru akan mencari jika hanya musim-musim tertentu seperti musim lebaran, natalan, dan acara besar lainnya.

Karena kurangnya promosi ini, selama beberapa tahun usaha milik bu Tuty terhitung tidak stabil, baik dari segi orderan maupun pendapatan. Pemasukan atau pendapatan selama ini kurang lebih hanya sekitar 10-15 juta pertahun. Jika hal ini di biarkan akan memberikan dampak bagi usaha milik Ibu Tuty. Untuk itu disini penulis ingin membuatkan sistem promosi yang layak dan harus di gunakan oleh FAS BOU'TIQ.

Sistem pemasaran dilakukan agar produk atau usaha IbuTuty bisa lebih dikenal oleh konsumen dan publik. Strategi pemasaran yang akan digunakan oleh penulis adalah strategi bauran pemasaran (*promotion mix*). Oleh sebab itu penulis

tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang penerapan bauran pemasaran pada usaha dibidang jasa dengan judul “Analisis Penerapan Strategi *Promotion Mix* (*advertising, sales promotion* dan *direct marketing*) Pada FAS BOU’TIQ”.

1.2 Ruang Lingkup

Dalam penyusunan laporan kerja praktek ini, penulis membuat berdasarkan observasi yang sudah dilakukan pada awal mulai di FAS BOU’TIQ. Yang menjadi ruang lingkup pada laporan ini adalah tentang analisis penerapan *promotion mix* yang ada pada FAS BOU’TIQ. Penulis membuat serta mengimplementasikan bauran pemasaran (*promotion mix*) agar FAS BOU’TIQ dapat memenuhi kebutuhannya dalam proses pemasaran, terutama untuk meningkatkan jumlah konsumen dan menambah jumlah pemasukan serta penjualan. Strategi *promotion mix* yang akan digunakan oleh penulis adalah periklanan (*advertising*), penjualan langsung (*direct marketing*), dan (*sales promotion*).

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan dari pelaksanaan Kerja Praktek ini adalah sebagai berikut :

1. Terbentuknya strategi pemasaran yang baik dan promosi yang tepat pada FAS BOU’TIQ
2. Membantu usaha FAS BOU’TIQ dalam meningkatkan penjualan setiap bulannya hingga 10%
3. Meningkatkan kesadaran merk (*brand awareness*) kepada masyarakat agar memperoleh pelanggan baru serta mendapat pelanggan setia nantinya.

1.4 Luaran Proyek

Promotion Mix yang digunakan yaitu periklanan (*advertising*) dengan cara membuat promosi melalui iklan online seperti social media dan iklan offline melalui spanduk untuk menarik pelanggan. Lalu penulis menggunakan promosi dengan *direct marketing* untuk membangun hubungan langsung dengan konsumen, serta *sales promotion* guna menarik perhatian kosumen secara langsung. Luaran dengan program yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Promosi melalui spanduk/banner, *instagram* dan *facebook*
2. Membuat kartu nama agar memudahkan pelanggan untuk menghubungi
3. Melakukan pemberitahuan lewat sms atau telfon jika barang sudah selesai di jahit.
4. Memberikan layanan antar gratis bagi pelanggan yang melakukan order lebih

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat yang di dapatkan dari proyek ini adalah :

Manfaat bagi mahasiswa :

1. Mahasiswa akan mendapatkan ilmu kerja praktek lapangan yang dapat dikembangkan dalam pengetahuan penulis dan mendapatkan manfaat teori yang selama ini didapatkan dibangku kuliah untuk usaha sendiri kedepannya.
2. Mahasiswa mendapat ilmu pengetahuan dan keterampilan tambahan dalam pelaksanaan kerja praktek ini khususnya dalam hal pemasaran. Bagaimana

melakukan pemasaran dan membuat strategi yang tepat untuk memulai dan mengembangkan usaha tersebut.

Manfaat bagi perusahaan :

1. Perusahaan atau usaha dapat mengatasi masalah pemasaran yang selama ini menjadi permasalahan atau hambatan dalam usahanya tersebut.
2. Meningkatkan omset penjualan dan profit yang lebih tinggi; Meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) pelanggan terhadap perusahaan dan memperoleh pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika dibuat bertujuan untuk memberikan uraian umum mengenai isi di dalam pembahasan yang ada pada setiap bab laporan kerja praktek ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan. Bab pertama ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai alasan penulis membuat judul penelitian, mengetahui tujuan dari analisis dan penerapan tersebut dan mengetahui apa manfaatnya jika di lihat dari beberapa aspek.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai penjabaran teori-teori yang melandasi penelitian ini dan beberapa tinjauan pustaka tentang penelitian terdahulu.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada Bab ini, penulis menjelaskan secara umum tentang perusahaan yang di teliti, struktur organisasi perusahaan, tugas apa yang dilakukan dari setiap divisi, dan aktivitas apa yang dilakukan perusahaan tersebut.

BAB IV METODOLOGI

Bab empat akan dijelaskan tentang perancangan sistem apa yang akan di gunakan dalam mengolah data, lalu dijelaskan tentang pelaksanaan jadwal kerja.

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan dijelaskan secara rinci tentang data yang digunakan dan sistem perancangan apa yang digunakan untuk di implementasikan.

BAB VI IMPLEMENTASI

Bab ini menjelaskan tentang proses implementasi dan apa yang terjadi setelah dilakukannya sistem tersebut. Mengetahui umpan

balik yang diperoleh dari hasil perancangan yang dilakukan oleh penulis.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan serta menguraikan kesimpulan penulis dari proses dan hasil penelitian. Tidak hanya kesimpulan, penulis juga memberikan saran dan masukan untuk perusahaan ataupun untuk peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan strategi yang serupa.