

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Istilah UMKM menurut BPS adalah suatu usaha yang bergerak secara produktif dan UMKM dipunya oleh individu atau perseorangan ataupun lembaga usaha yang memenuhi syarat sebagai usaha mikro apabila mempunyai karyawan lebih dari 5 orang (Badan Kebijakan Fiskal, 2012).

Kayu Manis Batam merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang kontraktor interior dan *woodcustom*. Harga yang ditetapkan untuk pelanggan pun juga sangat terjangkau dibandingkan harga yang diberikan oleh perusahaan - perusahaan retail furnitur raksasa yang ada di kota Batam. Hal ini menjadikan UMKM Kayu Manis banyak memproduksi dari pemesanan oleh warga - warga lokal (warga kota Batam) dari berbagai kalangan. Seperti : Ibu rumah tangga, perkantoran, kafe, para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dan lain lain.

Namun setiap usaha pasti akan mengalami adanya persaingan. Hal itu juga yang terjadi pada Kayu Manis yang bergerak di dibidang kontraktor interior dan *woodcustom*. Untuk mampu melakukan persaingan dengan kompetitor, UMKM harus mampu mengembangkan Quality dan Quantity dari produknya. Dengan produk yang memiliki dua hal tersebut, hal itu akan sangat membantu UMKM Kayu Manis untuk meningkatkan keuntungannya dan juga terus meningkatkan penjualannya. Selain itu, diharapkan setelah adanya pengimplementasian sistem promosi ini akan meningkatkan juga brand awareness dari customers yang ada di Kota Batam.

Dengan kondisi perekonomian yang saat ini tidak stabil, ditambah lagi dengan tidak adanya strategi promosi yang bagus, susah untuk perusahaan atau UMKM untuk meraih target penjualan dan memenuhi *profit* yang telah direncanakan. Suatu UMKM harus bisa menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas yang dimiliki. Harga yang tepat yang dimaksud disini adalah perusahaan tetap memperoleh laba yang direncanakan dan konsumen merasa terpenuhi keinginannya dan tidak dirugikan dengan produk tersebut. Harga suatu barang bisa menjadi sebuah acuan bagi *demand* pasar.

Agar customers dapat sadar akan produk apa yang telah dihasilkan oleh perusahaan, perusahaan harus gencar mengadakan kegiatan promosi atau pemasaran yang efektif dan efisien dengan adanya media atau sarana yang tepat. Dan dengan adanya kegiatan promosi yang bersifat digital ini mampu mengurangi cost yang dikeluarkan dan mendapatkan insight yang lebih luas. Media promosi yang mudah juga akan semakin mendukung untuk meminimalisir biaya yang dikeluarkan. Promosi merupakan salah satu jalur informasi yang dilakukan oleh produsen atau penjual dengan harapan atau keinginan bisa memengaruhi keputusan dari seorang pembeli dalam memenuhi atau melengkapi kebutuhannya. UMKM Kayu Manis harus bisa meneliti dan mencari target pasar yang tepat sehingga bisa memasarkan produknya dengan efektif dan menggunakan sarana atau media yang tepat guna memperluas pasar dan dapat meningkatkan pembelian dari konsumen.

Promotion Mix ialah istilah yang digunakan untuk menggambarkan alat yang banyak digunakan dalam suatu usaha dan berguna untuk

mengkomunikasikan atau menyampaikan secara efektif manfaat dan kegunaan dari produk atau layanannya kepada konsumen. Tantangan dalam promotion mix ini adalah memilih dengan benar kegiatan promosi yang sesuai dengan tempat usaha dan juga waktu untuk menggunakan harus benar untuk mencapai hasilnya (Karunanithy & Sivanandamoorthy, 2013).

Dalam kerja praktek ini, Penulis berniat untuk meneliti *promotion mix* atau bauran pemasaran berfokus pada promosi penjualan dan penjualan secara langsung yang selanjutnya akan dituliskan dalam laporan kerja praktek ini dengan judul **“Perancangan & Implementasi Promotion Mix Pada Bisnis Kontraktor Interior & Wood Custom Kayu Manis Batam”**.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang terdapat dalam kerja praktek ini terdiri dari tiga bagian yaitu analisis target pasar yang didalamnya juga terdapat analisis mengenai SWOT, *Value Proposition* dan USP, membuat sistem pemasaran melalui *Facebook Ads* dan *Instagram Ads*, dan tahap terakhir yaitu pengimplementasian rancangan sistem pemasaran. Penjelasan mengenai ruang lingkup dijelaskan dibawah ini :

1. Melakukan analisis target pasar, yang didalamnya berisi analisis mengenai STP, SWOT, *Value Proposition*, dan USP hal ini diharapkan dapat membantu UMKM untuk lebih menemukan sasaran pasar yang spesifik.
2. Mendesain dan pelaksanaan sistem pemasaran dengan cara membuat paket promosi special yang dilakukan secara periodik.

3. Melakukan pemasaran dengan digital melalui *Facebook ads*, *Instagram Ads*, dan pemasaran ke FJB Batam.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan yang akan dicapai dari adanya kerja praktek ini adalah adanya perbaikan dari sistem promosi yang sudah lama dilakukan oleh pemilik UMKM dan rancangan dapat dijadikan tumpuan pengembangan sistem promosi. Sehingga *sales* dapat meningkat sehingga bisa mempengaruhi *omzet* dari UMKM Kayu Manis. Peningkatan *omzet* diharapkan mampu menembus 5-20 % perbulannya.

1.4 Luaran Proyek

Luaran yang diharapkan dari proyek ini yakni bisa meningkatkan penjualan dari UMKM Kayu Manis Batam dengan cara :

- a. Riset pemasaran yang tepat.

Dengan adanya analisis target pasar, hal ini akan memudahkan UMKM dalam menentukan promosi penjualan ke sasaran yang tepat

- b. Pemasaran Digital

Pemasaran digital yang akan digunakan dalam praktek kerja ini yaitu memasarkan produk ataupun jasa melalui media sosial seperti *instagram* maupun *facebook*. Hal ini dikarenakan di era modern ini sebagian besar *customer* atau konsumen mencari atau menjelajahi sebuah info sebuah jasa ataupun produk melalui media sosial dan *search engine*.

Metode yang akan diterapkan adalah adanya postingan mengenai promo atau potongan harga yang dilakukan secara berkala setiap minggu serta membuat halaman *facebook* tampil secara menarik mungkin dan

membuat postingan yang akan dishare ke FJB (Forum Jual Beli) Batam unik dan *feeds instagram* yang juga menarik.

c. Promosi Penjualan

Adanya paket *discount* : metode ini yaitu membuat diskon pada hari-hari tertentu contoh bulan ramadan dan juga adanya diskon atau potongan harga pada pembelian minimal Rp. 1.000.000.

1.5 Manfaat Proyek

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari proyek ini terbagi dalam beberapa bagian, yaitu:

1. Manfaat Bagi Perusahaan

Mengembangkan sistem pemasaran ataupun promosi yang dilakukan UMKM Kayu Manis Batam, lalu membantu dengan pemberian tambahan informasi mengenai situasi pemasaran yang ada sehingga membantu

UMKM untuk ditingkatkan lagi penjualannya dimasa yang akan datang dengan rancangan strategi yang telah direncanakan

2. Manfaat Bagi Penulis

Manfaat bagi Penulis adalah sebagai berikut:

a. Untuk memberikan peluang bagi Penulis mempraktikkan pengetahuan yang didapat di perkuliahan dan memberikan penulis kesempatan

mendapatkan pekerjaan.

b. Mahasiswa bisa langsung merasakan praktek kerja di lapangan sehingga mahasiswa lebih mengenal lingkungan dunia kerja yang

real.

1.6 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang penelitian, teori, temuan dan rangkuman pendek yang menyeluruh tentang materi yang terkait dengan pemasaran yang berada didalam berbagai rujukan

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan identitas perusahaan di mana pelaksanaan kerja praktek akan dilakukan. Seperti struktur organisasi dari perusahaan, aktivitas operasional perusahaan, dan sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya yang mendukung aktivitas operasional dalam praktik tempat kerja praktik

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini berisi tentang cara pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah pada perusahaan tempat kerja praktek ini. Bab ini memuat teknik pengumpulan data, proses rancangan, tahapan dan jadwal pelaksanaan.

BAB V ANALISA DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang teknik pengambilan data yang digunakan dalam menyelesaikan proyek ini, uraian hasil perancangan, serta hambatan yang dihadapi pada rancangan.

BAB VI IMPLEMENTASI

Bab ini tahap implementasi proyek yang dilaksanakan. Pada bagian ini juga menjelaskan proses di tahap implementasinya, serta juga umpan balik yang didapat setelah selesai mengerjakan proyek tersebut.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Ini adalah bab terakhir yang merangkum ringkasan laporan yang juga berisi saran dari penulis mengenai hal-hal yang ditemukan selama kerja praktek yang perlu ditindaklanjuti atau yang belum dapat diselesaikan selama kerja praktek.