

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makanan merupakan kebutuhan yang dasar bagi makhluk hidup. Makanan dikategorikan menjadi kebutuhan primer makhluk hidup. Makanan merupakan kebutuhan dasar makhluk hidup untuk memenuhi kebutuhannya dan untuk bertahan atau melanjutkan kehidupannya kedepan. Di era globalisasi sekarang, semakin berkembangnya daya konsumtif masyarakat terutama di bagian kuliner. Maka dari itu, banyaknya usaha-usaha baru yang bergerak dalam bidang usaha kuliner. Dari menjual produk yang sudah ada atau yang belum pernah ada. Dengan satu tujuan yaitu untuk dapat memenuhi kebutuhan tingkat konsumtif yang tinggi pada konsumen saat ini. Di era globalisasi sekarang juga sangat berkembang nya teknologi, dan tidak sedikit banyak pengusaha atau perusahaan-perusahaan memanfaatkan ini, terutama dalam bagian promosi atau penjualan. Semakin majunya perkembangan perancangan strategi pemasaran juga sangatlah perlu diperhatikan dalam membuka sebuah usaha baru dengan usaha yang sudah ada dipasaran maupun usaha yang belum pernah ada dipasar.

Di era globalisasi karena kemajuan teknologi memudahkan banyak orang dalam kegiatan penjualan atau pemasaran bagi para pengusaha-pengusaha baru maupun yang sudah punya jam terbang yang cukup lama. Maka dari itu Anugerah Service Catering melihat sebuah peluang yang dan melihat usaha yang masih belum banyak dilakukan pengusaha-pengusaha terutama di Kota Batam yaitu dalam bidang usaha catering. Catering merupakan usaha dalam bidang jasa yang berasal dari kata kera “cater” yang berarti menyiapkan dan menyajikan makanan

dan minuman. Catering juga sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat, tetapi tidak banyak pengusaha - pengusaha yang mengambil bidang usaha ini. ASC yaitu singkatan dari Anugerah Service Catering melihat peluang yang pasar tersebut terutama di Kota Batam. Selain belum banyak yang membuka jenis usaha ini, usaha makanan merupakan usaha yang tidak akan mati, karena makanan atau pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok makhluk hidup yang pasti dibutuhkan oleh makhluk hidup, terutama manusia. Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan suatu usaha adalah memperoleh keuntungan. Untuk memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin. Keberhasilan sebuah usaha dalam mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan atau menjual produknya.

Oleh karena itu, untuk menarik konsumen, perusahaan harus menerapkan dan mengimplementasikan suatu strategi penjualan dan promosi yang tepat sesuai kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan sebuah strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa, keputusan tentang produk/jasa, penetapan harga, model pemasaran, atau promosi dan distribusinya (marketing mix). Jika perusahaan tidak peka dan tidak mempersiapkan dengan jelas strategi atau perencanaan maka dapat dipastikan bahwa perusahaan tersebut tidak dapat bersaing dan bertahan lama dan kehilangan banyak kesempatan yang harusnya dapat di peroleh.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari kerja praktek yaitu penerapan marketing mix untuk Anugerah Service Catering. Marketing mix yang ingin penulis terapkan untuk

Anugerah Service Catering yaitu 4P (product, price, promotion, dan place). Yang pertama yaitu produk (Product) yang bertujuan untuk menambah menu makanan agar menjadi lebih lengkap dan konsumen tidak merasa bosan dengan menu yang sudah ada di untuk Anugerah Service Catering dan membuat konsumen penasaran dan tertarik. Harga (Price) adalah bertujuan untuk penempatan harga baru untuk bertujuan menentukan harga yang lebih tepat dan yang sesuai dengan target target pasar yang dituju. Promosi (Promotion) bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan serta untuk menarik perhatian konsumen. Tempat (Place) bertujuan untuk memudahkan konsumen untuk mengorder pesanan dan beberapa tempat mempunyai bonus-bonus dalam minimal pemesanan dalam pengantaran, karena lokasi dapur catering yang sudah cukup efisien dan strategis hanya saja dalam pengorderan atau distribusi ketempat-tempat dengan memperkerjakan kan seorang kurir dan bekerjasama dengan Go-jek, atau Grab (Ojek Online) yang sekarang sangat digunakan dimasyarakat.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan proyek kerja praktek ini yaitu untuk meningkatkan pendapatan, kepuasan konsumen serta kualitas dan hubungan terus menerus antar konsumen dan ukm atau perusahaan, sehingga profit dapat mengalami peningkatan terutama setelah dilakukannya implementasi penerapan marketing mix minimal 10% dari penerapan ini dengan perbandingan dari sebelum penerapan dilakukan dan sesudah dilakukan.

Dan memiliki tujuan dalam perencanaan marketing mix yaitu :

- a. Produk (Product): Tujuan produk dalam marketing mix adalah untuk memperkenalkan produk dan jasa kepada target konsumen seperti memperkenalkan menu-menu masakan yang ada dan terus melakukan inovasi untuk menu baru.
- b. Promosi (Promotion): Strategi promosi baru yang belum pernah dilakukan atau pun mengevaluasi yang sudah dilakukan dengan tujuan untuk menarik lebih perhatian konsumen.
- c. Tempat (Place): Layanan yang disediakan untuk mempermudah konsumen dan usaha dalam menjual, promosi serta melayani konsumen yang dimana tidak perlu keluar rumah ataupun kantor yang mempermudah dan menjawab kebutuhan konsumen.

Tujuan dari proyek ini adalah untuk meningkatkan minimal 15% dari sebelumnya setelah mengimplementasikan strategi marketing mix yang telah evaluasi dalam kebutuhan usaha dari Anugerah Service Catering didalam usaha kuliner dibagian catering.

1.4 Luaran Proyek

Hasil dari proyek kerja praktek yang akan dikerjakan yaitu :

- a. Membuat perencanaan marketing mix yang sesuai dengan usaha Anugerah Service Catering.

b. Marketing Mix:

1. Produk (Product)

Menambah menu makanan agar lebih lengkap dari menu yang sudah ada, menu tambahan seperti sotong bakar, lele masak gulai, nasi merah (khusus untuk yang sedang diet) dan lain-lain.

2. Harga (Price)

Menentukan harga berdasarkan paket-paket dan jenis makanan yang tersedia atau yang direkomendasikan oleh kostumer. Membuat paket – paket makanan yang baru. Dan lebih beragam lagi seperti paket harian, paket bulanan dan Paket Wedding dan Paket Event seperti (syukuran , ulang tahun dan perayaan hari besar).

3. Promosi (Promotion)

Untuk meenginformasikan atau menarik perhatian konsumen dengan cara membuat promosi baru seperti adanya pecuci mulut gratis disetiap hari Jumat , lalu saat memesan produk catering strategi promosi yang kedua adalah dengan cara memberikan diskon 10% kepada konsumen dengan memfoto produk makanan yang dibeli dan mengupload ke dalam media sosial pribadi dan mentag account Anugerah service catering , yang ketiga Bonus 1 porsi catering khusus buat kostumer yang berulang tahun (hanya berlaku ditanggal dan hari ulang tahun dan berlaku 1 hari saja)

4. Tempat/Lokasi (Place)

Anugerah Service Catering memiliki dapur produksi dikota Batam tepatnya di Nagoya, Batam. Anugerah Service Catering mengambil lokasi atau tempat produksi lokasi yang sangat strategis menurut penulis karena, daerah Nagoya

merupakan lokasi yang cukup ditengah-tengah kota dan daerah atau lokasi kota dan pusat perbelanjaan dan tuirs dikota Batam. Nagoya juga merupakan daerah yang dekat untuk menjangkau daerah-daerah lainnya dikota Batam seperti Tiban, Jodoh, Baloi, Batu Ampar, Sengkuang, Bengkong, Batam Centre yang merupakan daerah padat pemukiman penduduk, perbelanjaan, hotel ruko-ruko yang dimana mempermudah dalam pengantaran dan menjangkau konsumen.

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat proyek yang dilakukan dalam kerja paktek adalah:

- a. Bagi Perusahaan/(UKM): Penerepan yang dilakukan agar dapat meningkatkan jumlah pendapatan, pelanggan serta kuantitas produk yang diproduksi.
- b. Bagi Penulis: Penerapan yang dilakukan agar dapat meningkatkan penguatahuan mengenai nilai-nilai bisnis terutama dalam sistem manajemen
- c. Bagi Karyawan: Karyawan mendapatkan tugas yang sesuai dengan kemampuan, pengetahuan, dan pengalamannya dengan itu karyawan dapat lebih fokus terhadap pekerjaannya serta dapat menyelesaikan tugas yang diberikan oleh perusahaan sesuai target dan menghemat waktu dan biaya lainnya.
- d. Bagi Mahasiswa: Mahasiswa yang terlibat dalam kerja praktek akan memperoleh pengetahuan lebih mendalam mengenai ilmu menganalisa suatu jabatan dan penilaian kerja yang ada pada MSDM serta dapat

mengembangkan ilmu lapangan yang diperoleh secara teori dibangku kuliah.

1.6 Sistematika Pembahasan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan atau menggambarkan mengenai latar belakang masalah, luaran proyek, manfaat proyek dan sistematika perusahaan

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan atau menggambarkan mengenai teori, rangkuman singkat yang komperhensif mengenai semua materri yang terkaitt didalaaam bebragai referensi.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan atau menggambarkan mengenai identitas perusahaan, stuktur organisasi perusahaan, aktivitas kegiatan, operasional perusahaan, daaan sistem yang digunakan perusahaan.

BAB IV: METEDOLOGI

Bab ini menjelaskan atau menggambarkan mengenai rancangan, penelitian, pengumpulan data proses perencanaan, tahapan dan jadwal pelaksanaan .

BAB V: ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan atau menggambarkan mengenai observasi, wawancara, serta evaluasi perancangan., uraian hasil perancangan, dan kendala implementasi.

BAB VI: IMPLEMENTASI

Bab ini menjelaskan atau menggambarkan proses tahap implementasi dan umpan balik yang diperoleh dari hasil perancangan yang diimplementasikan pada tempat kerja praktek.

BAB VII: KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

Bab ini menjelaskan atau menggambarkan dan menjelaskan secara ringkas hal-hal yang berkaitan dengan judul/topik yang dipilih oleh penulis, serta berisi kesimpulan dan saran yang diberikan penulis kepada pemilik usaha