

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan berkembangnya zaman dan perekonomian di Batam yang tumbuh semakin pesat yang membuktikan banyaknya usaha yang kecil dan menengah dalam berbagai bidang mulai dari *kuliner, fashion, electronic*, hingga *automotive* dan masih banyak lagi. Dengan semakin banyak nya pesaing yang bermunculan membuat persaingan bisnis menjadi semakin sengit, begitu juga yang terjadi pada usaha di bidang jasa yang mengalami persaingan bisnis yang luar biasa contohnya *pembuatan lemari atau jendela aluminium kaca* yang semakin menjamur, mengingat Batam mereupakan kota industri sehingga banyak pembangunan dan proyek-proyek yang membutuhkan jasa pembuatan lemari atau jendela aluminium kaca.

Hal ini yang yang menjadi dasar bagi pemilik Extra aluminium untuk mulai berfikir dan mencoba menerapkan teknik pemasaran, sehingga dapat membuat setiap konsumen tetap setia menggunakan jasa pembuatan lemari dan jendela aluminium kaca kerana strategi pemasaran begitu penting untuk menjaga dan menambah konsumen. Sebuah peluang usaha yang bagus adalah yang mampu survive dari waktu ke waktu pada target pasar yang yang mereka pilih. Tidak ada yang akan tau bahwa sebuah usaha akan terus berdiri dan maju tanpa promosi dan pengelolaan usaha yang di manage dengan baik.

Nama extra aluminium hanya dikenal di sekitaran tempat usaha itu berdiri saja, sedangkan wilayah yang menjadi tempat *Extra Aluminium* ini sangat memiliki potensi karena berdekatan dengan banyak kawasan industri. Pangsa

pasar ini menjadi pangsa pasar yang sangat berpotensi karena ada nya industri-industri yang membutuhkan jasa atau tenaga untuk membuat jendela atau hal lain yang berbasis kaca dan aluminium. Dalam usaha ini pemilik tidak menerapkan promotion mix karena tidak bisa dan tidak mengerti sehingga promosi yang di lakukan hanya mouth to mouth. Oleh karena itu di sarankan utnuk pemilik untuk merepkan sistem promotion mix dan digital marketing agar usaha ini tidak pudar.

1.2 Ruang Lingkup

Toko Extra Aluminium membutuhkan sistem promosi berbasis promotion mix dan digital untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Ruang lingkup dalam proyek ini adalah perancangan dan penerapan sistem promotion mix dan digital marketing seperti brosur, spanduk, kupon diskon, akun facebook dan instagram pada Toko Extra Aluminium.

1.3 Tujuan Proyek

Proyek ini bertujuan untuk memberikan edukasi terhadap pemilik tentang promotion mix dan digital marketing, dengan adanya sistem promotion mix dan digital marketing dapat membantu perusahaan dalam menghadapi kompetitor dan membantu perusahaan agar dikenal oleh lebih banyak orang, serta dengan adanya sistem promotion mix dan digital marketing ini juga dapat menaikkan omset perusahaan.

1.4 Luaran Proyek

Luaran dari proyek ini adalah memberikan sistem promosi berbasis promotion mix dan digital, output yang akan diserahkan kepada klien setelah proyek ini selesai berupa:

- a. Brosur untuk toko extra aluminium.
- b. Spanduk untuk toko extra aluminium.
- c. Kupon diskon untuk toko extra aluminium.
- d. Akun facebook untuk toko extra aluminium
- e. Akun instagram untuk toko extra aluminium

1.5 Manfaat Proyek

Setelah proyek ini selesai, maka akan memberikan manfaat kepada pemilik usaha, mahasiswa dan pelaku usaha lainnya. Adapun beberapa manfaat yang

didapat setelah proyek ini selesai adalah:

- a. Bagi pemilik

Dengan adanya sistem promotion mix dan digital marketing ini maka pemilik diharapkan mampu melakukan promosi via brosur dan sosial media untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Sehingga sistem promotion mix dan digital marketing yang telah dirancang akan menaikkan omset penjualan dari pemilik.

- b. Bagi mahasiswa

Dengan adanya proyek ini, penulis dapat menambah wawasan mengenai konsep promotion mix dan digital marketing baik secara teoritis maupun praktiknya didunia nyata. Penelitian ini juga bisa dijadikan sumber referensi oleh peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik promotion mix dan digital marketing.

- c. Bagi pelaku usaha

Analisis ini diharapkan mampu memberikan referensi terhadap pelaku usaha lainnya mengenai promotion mix dan digital marketing. Dengan

adanya analisis ini maka pelaku usaha mampu membuat promosi melalui sistem *promotion mix* dan *digital marketing* yang sesuai dengan usaha mereka.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk memberikan uraian secara garis besar mengenai masing-masing bab. Pembahasan dari penelitian ini terdiri dari tujuh bab yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek, manfaat proyek dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai kerangka atau landasan yang digunakan untuk mendukung penelitian dan juga membahas masalah yang terdapat dalam penelitian.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai identitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan, kegiatan operasional perusahaan, dan sistem yang digunakan oleh perusahaan.

BAB IV: METODOLOGI

Bab ini berisi pembahasan mengenai rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, proses perancangan sistem dalam laporan kerja praktik, langkah-langkah kerja, metode yang digunakan dalam penyelesaian proyek, dan jadwal pelaksanaan.

BAB V: ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi mengenai gambaran hasil observasi dan wawancara pada kerja praktik, perancangan alat atau sistem, dan kendala yang dihadapi dalam melakukan implementasi.

BAB VI: IMPLEMENTASI

Pada bab ini membahas mengenai tahap implementasi yang diperoleh dari hasil perancangan dan umpan balik yang diperoleh dari hasil implementasi sistem pada tempat kerja praktik mahasiswa.

BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil pembahasan, rangkuman laporan yang menjelaskan secara ringkas hal-hal yang berkaitan dengan kerja praktik dan saran adalah masukan bagi peneliti selanjutnya.