

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam setiap usaha, tindakan melakukan promosi sangatlah penting sebagai tahap awal untuk memperkenalkan produk atau jasa tersebut kepada orang banyak. Dalam mempromosikan sesuatu ada metode yang disebut dengan *promotion mix* atau bauran promosi perlu dilakukan oleh hampir semua jenis usaha khususnya untuk usaha baru. Produk atau jasa baru membutuhkan usaha untuk menjalankan bauran promosi dengan lebih baik, lebih banyak dan lebih menarik untuk memperkenalkan produk atau jasa ke orang banyak. Kurangnya tindakan bauran promosi akan membuat produk atau jasa dari usaha tersebut kurang dikenal oleh publik dan alhasil usaha tersebut tidak dapat berkembang menjadi lebih baik.

Semakin banyak bauran promosi yang dilakukan akan semakin cepat memperkenalkan produk dan jasa kita kepada publik. Bauran promosi yang seharusnya diterapkan dan dijalankan oleh suatu usaha juga tidak boleh sembarangan. Kita harus merancang bauran promosi yang sesuai dengan latar belakang, jenis usaha serta target dan pasar yang ditargetkan. Rancangan bauran promosi yang kurang sesuai dengan usaha tersebut akan membawa dampak yang kurang baik seperti pemborosan pengeluaran dan waktu.

Toko Raja Wangi Parfum ini berlokasi di Komplek Mutiara Point Blok A no.5 Tiban. Usaha ini telah didirikan selama hampir tiga tahun sejak bulan November tahun 2016. Kegiatan usahanya selain menjual produk dari Raja Wangi ini juga memiliki pangkalan gas elpiji tiga kilo yang tidak akan difokuskan pada proyek dan penelitian ini. Omset penjualan dari kegiatan usaha Raja Wangi Parfum ini dapat mencapai sekitar

sepuluh juta rupiah per bulan atau sekitar seratus dua puluh juta rupiah dalam omset per tahun. Produk dari usaha Raja Wangi Parfum Laundry ini dapat dibeli dalam jumlah satuan dengan ukuran yang berbeda-beda dimana cocok ditargetkan pada penggunaan rumah tangga dan juga dalam bentuk ukuran besar yang cocok untuk penggunaan usaha *laundry*.

Bauran promosi yang dilakukan oleh toko usaha Raja Wangi Parfum ini dikatakan sangat minim karena hanya melalui papan nama berupa spanduk yang dipasang di dekat lokasi tempat usaha tersebut dan melalui *mouth to mouth* dari warga setempat yang telah mencoba produk tersebut. Sebuah usaha tidak cukup hanya melakukan dua bauran promosi seperti itu untuk memperkenalkan usaha ini kepada publik dan meningkatkan penjualan. Berdasarkan permasalahan seperti itu, penulis berniat untuk membantu memperkenalkan usaha ini kepada orang yang lebih banyak dan berharap mampu meningkatkan penjualan dengan melakukan lebih banyak jenis bauran promosi. Selain berharap dapat membantu usaha ini, proyek ini juga dapat menyelesaikan penelitian dengan judul penelitian “**Penerapan *Promotion Mix* pada Toko Raja Wangi Parfum**”.

1.2 Ruang Lingkup

Setelah melakukan wawancara dan observasi terhadap toko Raja Wangi Parfum, disimpulkan bahwa kerja praktek atau penelitian ini akan berfokus terhadap bagaimana mempromosikan atau memperkenalkan produk Raja Wangi Parfum kepada orang yang lebih banyak dan membantu meningkatkan penjualan dengan menerapkan jenis-jenis *promotion mix* yang berupa *advertising*, *direct marketing* dan *sales promotion*.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan utama dari kerja praktek ini adalah dengan menjalankan dan merancang beberapa jenis *promotion mix* guna untuk membantu usaha ini dalam memperkenalkan produk ini serta meningkatkan penjualan. Beberapa tujuan yang dimaksud untuk menjalankan kerja praktek ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu meningkatkan bagian promosi dalam usaha Raja Wangi Parfum.
2. Membantu memperkenalkan usaha ini kepada orang yang tidak menggunakan sosial media melalui *advertising* dengan membagikan brosur.
3. Meningkatkan efisiensi pemasaran dan pengenalan usaha ini kepada orang banyak melalui *direct marketing* dengan memanfaatkan teknologi sosial media.
4. Meningkatkan jumlah pelanggan melalui *sales promotion*.
5. Meningkatkan penghasilan dengan menjalankan bauran promosi sebanyak 10% sampai 15% atau sekitar Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 1.500.000 dari omset per bulan.

1.4 Luaran Proyek

Luaran proyek dari kerja praktek untuk usaha Raja Wangi Parfum berupa merancang beberapa jenis promosi yang terdapat dalam *promotion mix* yang disimpulkan sebagai berikut:

1. Melakukan *advertising* melalui pembuatan brosur yang akan dibagikan di daerah sekitar untuk memperkenalkan produk kepada orang yang tidak menggunakan *platform* sosial media *Instagram* seperti ibu-ibu.
2. Melakukan *direct marketing* dengan pembuatan akun sosial media *Instagram* untuk memperkenalkan produk ini kepada orang yang lebih banyak.
3. Melakukan *sales promotion* dengan memberikan promo menarik dengan memberikan harga khusus untuk pembelian lebih dari satu, memberikan jasa

pengantaran gratis dengan pembelian belanja sebesar Rp.300.000 dan pemberian semprotan botol parfum untuk memudahkan pelanggan baru dalam mencoba menggunakan produk ini.

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat dari kerja praktek ini meliputi 3 (tiga) aspek, yakni:

1. Bagi Pemilik

Dengan berjalannya dengan baik sistem bauran promosi ini diharapkan mampu memperkenalkan produk usaha ini kepada orang yang lebih banyak. Proyek ini juga diharapkan mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan dari usaha ini serta membantu mengembangkan usaha ini menjadi usaha yang lebih besar.

2. Bagi Mahasiswa

Melalui penelitian dan proyek ini, diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk mendapatkan ide-ide untuk menjalankan tugas serupa. Penelitian dan proyek ini juga diharapkan dapat membantu mahasiswa yang ingin mempunyai usaha sendiri namun kebingungan dalam menentukan *promotion mix* apa yang harus dilakukan untuk memperkenalkan usahanya kepada publik.

3. Bagi Pelaku Usaha lain

Dengan adanya bantuan yang disalurkan melalui penulisan ini, diharapkan penulisan ini dapat membantu usaha-usaha UMKM lainnya untuk menyelesaikan kendala serupa dimana masih kehilangan akal dengan cara mempromosikan UMKM mereka. UMKM yang lain juga dapat jadikan beberapa cara sederhana ini untuk mempromosikan usahanya.

1.6 Sistematika Pembahasan

Secara umum, sistematika pembahasan penelitian ini dibagi menjadi 7 (tujuh)

bagian atau 7 (tujuh) bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang dari topik proyek ini dan menceritakan secara singkat dan detail mengenai usaha yang diambil beserta dengan ruang lingkup, tujuan, luaran proyek, manfaat dan penulisan sistematika.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini merupakan penguraian landasan teori yang berhubungan dengan proyek ini. Dalam bab ini akan dijelaskan pengertian dari topik dalam kerja praktek ini.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini merupakan penguraian dan mengidentifikasi usaha yang diambil. Data-data tersebut berupa aktivitas usaha dan sistem yang sedang diterapkan atau yang sedang dijalankan oleh usaha tersebut.

BAB IV METODOLOGI

Dalam bab ini akan diuraikan rancangan dari proyek, teknik pengumpulan data dan proses perancangan promosi yang akan diterapkan dalam usaha ini.

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini akan membahas bagaimana proyek ini dirancang dan dijalankan untuk membantu mempromosikan produk usaha ini.

BAB VI IMPLEMENTASI

Dalam bab ini akan membahas proses implementasi sistem rancangan yang telah dilaksanakan dan meninjau kembali apa yang harus direvisi dalam sistem yang telah dirancang. Disini juga akan membahas bagaimana kondisi usaha setelah mengimplementasikan sistem rancangan yang telah diterapkan.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, akan membahas kesimpulan dari proyek ini serta memberikan saran-saran berdasarkan pengalaman yang dialami selama menjalankan kerja praktek ini.