BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis adalah suatu topik yang selalu menarik untuk di amati dan di teliti. Di era globalisasi struktur sosial masyarakat sudah mengalami perubahan yang besar di tandai dengan tingginya keterkaitan antara masyarakat terhadap perkembangan teknologi, komunikasi dan kulturasi. Arus globalisasi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi tingginya persaingan di dalam dunia bisnis.

Kota Batam merupakan salah satu kota yang terencana yang memiliki tingkat pertumbuhan yang pesat. Terlebih karna posisinya yang berada di persimpangan jalur perdagangan internasional dan besebrangan langsung dengan negara Malaysia dan Singapura. Hal ini mendorong para penggerak usaha untuk dapat mempelajari dan menerapkan sistem pemasaran yang tepat agar tidak terseret arus persaingan bisnis dan membuat usaha mengalami kerugian dan bahkan hingga tutup tikar.

Pemasaran merupakan rangkaian stategi dalam meningkatkan penjualan dan penghasilan perusahaan. Sedangkan bauran pemasaran / *promotion mix* adalah kiat kiat yang dapat mempengaruhi target pasar saat melakukan kegiatan promosi. Dan sebuah produk sangat membutuhkan pemasaran untuk menarik pelanggan. Promosi adalah serangkaian kegiatan perusahaan dalam menyampaikan fungsi dan kegunaan dari produk dan sebagai alat untuk mengkomunikasikan kegunaan dan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian bang ataupun jasa, Rambat Lupiyoadi (2013).

Soraya Eichi. Penerapan Strategi Promotion Mix di Warung Makan Bude Ica.
UIB Repository©2019

Warung makan Bude Ica adalah usaha kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner yang lebih tepatnya menjual aneka nasi campur dengan lebih dari 20 jenis lauk pauk khas nusantara. Di tahun-tahun awal tepatnya di tahun 2015, warung Bude Ica berjualan di pinggir jalan pekarangan rumah yang tak berpenghuni dan di awal bulan juli tahun 2019 usaha Bude Ica baru berpindah dengan menyewa ruko untuk menunjang penjualannya. Kendala yang di hadapi saat ini adalah belum adanya perubahan dan peningkatan omset setelah warung berpindah ke tempat baru.

Untuk strategi promosi yang dilakukan Warung Bude Ica juga dapat dikatagorikan belum maksimal. Pemasaran yang di lakukan masih menghandalkan *mouth-mouth / word of mouth* dan sama sekali tidak memiliki sosial media bahkan papan nama usah masih menggunakan papan lama saat masih berjualan di pingir jalan dan belum menggunakan spanduk berdesign. Padahal untuk lokasi tempat berjualan sudah sangat strategis karena berada di pusat kantor pemerintahan yaitu Batam Center.

Oleh karena itu untuk meningkatkan penjualan serta pendapatan, dibutuhkan berbagai strategi pemasaran dalam membangun *brand awareness* terhadap masyarakat dan target pasar. Sehingga berdasarkan observasi dan identifikasi masalah maka penulis menemukan bahwa titik permasalahan yang perlu di benahi dan bantu adalah dari segi strategi pemasaran seperti, penggunaan *benner/spanduk,* kantu nama, brosur, media sosial pendukung *whatsapp.* seperti promosi yang diterapkan pada warung Bude Ica akan penulis tuangkan dalam penyusunan laporan kerja praktek dengan judul "**Penerapan Pemasaran Promotion Mix pada warung makan Bude Ica**".

Soraya Eichi. Penerapan Strategi Promotion Mix di Warung Makan Bude Ica.
UIB Repository©2019

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari laporan kerja praktek ini adalah merancang strategi *promotion mix* yang tepat agar bisa diterapkan pada warung makan Bude Ica sebagai cara untuk menambah pelanggan dan mendapatkan kepercayaan pelanggan. Berdasarkan masalah tersebut penulis memperoleh beberapa masalah yang menjadi inti utama dalam kegiatan kerja praktek ini, yaitu:

a. Bagaimanakah strategi *promotion mix* yang tepat untuk meningkatkan penjualan pada warung makan Bude Ica?
b. Bagaimanakah strategi *promotion mix* yang tepat untuk meningkatkan jumlah pelanggan di warung makan Bude Ica?
c. Bagaimanakah strategi *promotion mix* dapat meningkatkan profit di warung makan Bude Ica ?

1.3 Tujuan Proyek

Berdasarkan ruang lingkup yang dibahas, tujuan dari Kerja Praktek ini yaitu:

1. Menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi lingkungan dan target pasar seperti penyebaran brosur dan kartu nama.
2. Membantu dalam upaya meraup lebih banyak pembeli sehingga berpotensi memperbanyak pelanggan tetap.
3. Meningkatkan omset degan target pencapaian sebesar 20% setelah program terimplementasi.

Soraya Eichi. Penerapan Strategi Promotion Mix di Warung Makan Bude Ica.
UIB Repository©2019

1.4 Luaran Proyek

Melalui Kerja Praktek penulis harapkan strategi promosi yang akan di terapkan pada rumah makan Bude Ica dapat diterapkan untuk meningkatkan jumlah penjualan dengan cara :

1. *Advertising*: memasang spanduk serta menyebarkan brosur dan kartu nama di perbankan, perusahaan dan instansi pemerintahan.
2. *Sales Promotion* : pemberian hadiah tanpa diundi di setiap transaksi minimal 50.000.
3. Free Delivery : penerapan gratis antar makanan ke tempat dengan transaksi minimal 5 bungkus pada sekitaran kelurahan belian.

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat dari kerja praktek antara lain, yaitu:

1. Bagi Pemilik UMKM
   a. Meningkatkan kesadaraan konsumen *(brand awareness)* dari ruma makan Bude Ica.
   b. Meningkat relasi dan jaringan baru dari hasil implementasi program.
   c. Meningkatkan pendapatan penjualan dan laba usaha.
2. Bagi Mahasiswa

   Berperan serta dalam penerapan ilmu dari Universitas dan menerapkannya pada kegiatan kerja nyata di lapangan

1.6 Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan selanjutnya, adapun sistematika pembahasan tersusun sebagai berikut:

Soraya Eichi. Penerapan Strategi Promotion Mix di Warung Makan Bude Ica.
UIB Repository©2019

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang masalah, beserta perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek, dan manfaat dari proyek.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori, temuan, rangkuman pendek yang terkait materi yang berada di dalam penelitian sebagai dasar dari pengerjaan dan analisa kerja praktek.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas mengenai identitas perusahaan, sejarah perusahaan dan memperlihatkan bentuk struktur organisasi dalam operasional perusahaan dan sistem yang sedang digunakan oleh perusahaan.

BAB IV METODOLOGI

Bab ini menguraikan mengenai desain projek, metode pengumpulun data, dan teknik dalam perancangan sistem serta metode penyelesaian proyek

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan hasil dari analisa data, perancangan sistem proyek dan kendala yang di hadapi saat mengimplementasi hasil rancangan projek.

BAB VI IMPLEMENTASI

Bab ini berisikan pembahasan mengenai kondisi perusahaan sebelum di laksanakannya implementasi luaran proyek dan umpan

Soraya Eichi. Penerapan Strategi Promotion Mix di Warung Makan Bude Ica.
UIB Repository©2019

balik yang dicapai setelah rancangan diimplementasikan pada tempat kerja praktek.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan rangkuman dari seluruh rangkaian kerja praktek yang telah di laksanakan dan saran dari penulis mengenai permasalahan yang telah ditinjau.

Soraya Eichi. Penerapan Strategi Promotion Mix di Warung Makan Bude Ica.
UIB Repository©2019