

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Promosi adalah suatu cara untuk memperkenalkan dan menyampaikan informasi mengenai produk/jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Selama 10 tahun tempat makan Terang Bulan beroperasi, bapak Sjamsoedin selaku pemilik usaha memiliki kendala dalam promosi, kurangnya sistem promosi yang baik dan tepat yang seharusnya diimplementasikan. Bapak Sjamsoedin hanya menerapkan sistem *word of mouth* kepada masyarakat sekitar yang berkunjung saja, dimana dengan *word of mouth* saja dinilai sudah tidak efektif lagi pada zaman sekarang. Hal tersebut berdampak terhadap minimnya pengetahuan masyarakat Batam terhadap keberadaan tempat makan ini dan penghasilan yang didapatkan rendah dilihat dari lamanya tempat makan ini beroperasi.

Saat ini bisnis kuliner di Batam sangat berkembang pesat, hal tersebut dinyatakan karena banyaknya tempat makan dibuka di Batam, maka sangat penting bagi tempat makan mempunyai promosi yang baik untuk bersaing dengan kompetitor. Dengan zaman yang semakin berkembang, semua informasi dapat diakses dengan mudah melalui smartphone/gadget yang terhubung dengan internet, masyarakat sudah bergantung dengan internet/ sosial media yang dinilai lebih efisien dalam mencari informasi mengenai tempat makan apa yang akan mereka kunjungi dan pilihan menu yang ditawarkan, dibandingkan harus ke setiap lokasi dan melihat pilihan menu setiap tempat makan. Promosi sangat diperlukan bagi tempat makan, maka dari itu akan sangat baik dan tepat jika tempat makan ini menerapkan strategi *Digital Promotion Mix* yang dinilai akan lebih efektif dan menguntungkan bagi tempat makan ini dan juga bagi pengunjung, dimana dengan melalui internet/ sosial media akan lebih mudah bagi pemilik jika ingin menyampaikan suatu informasi, dan akan lebih mudah bagi pembeli dalam mendapatkan informasi. Maka penulis akan mengimplementasikan dengan judul “Penerapan *Digital Promotion Mix* Pada Tempat Makan Terang Bulan di Batam” berdasarkan latar belakang tempat makan Terang Bulan yang telah dijelaskan.

1.2 Ruang Lingkup

Penulis akan menerapkan strategi yang belum pernah diterapkan tempat makan ini yaitu *Digital Promotion Mix*. Dengan memasarkan menu makanan yang akan ditawarkan kepada konsumen melalui sosial media *Instagram* sehingga dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi penjualan. Penulis menerapkan strategi *Digital Promotion Mix* karena di era modern ini promosi digital/ sosial media merupakan pengaruh yang sangat besar, apalagi bagi tempat makan. Strategi ini dinilai akan membantu memperluas pasaran tempat makan ini melalui promosi digital dan akan membawa dampak positif bagi tempat makan ini.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Mengimplementasikan strategi promosi pada tempat makan Terang Bulan, sehingga dapat membantu tempat makan tersebut untuk memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat. Implementasi proyek ini diharapkan dapat memberikan peningkatan dalam penjualan, pemasaran, dan sistem kerja pada tempat makan Terang Bulan.
- b. Target penjualan untuk tempat makan Terang Bulan adalah naik 10% pada setiap bulannya.
- c. Meningkatkan pemahaman masyarakat Batam terhadap keberadaan Tempat Makan Terang Bulan.

1.4 Luaran Proyek

Hasil penelitian *Digital Promotion Mix* terhadap tempat makan Terang Bulan akan menciptakan *output* berupa strategi yang akan diimplementasikan dan didapatkan guna membantu usaha tempat makan Terang Bulan yaitu iklan di media sosial, strategi yang akan diterapkan yaitu melalui iklan/ *advertising* berupa iklan nonpersonal dengan menggunakan *Instagram* sebagai media sosial guna menarik perhatian konsumen.

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat yang akan dirasakan dari proyek tersebut yaitu :

- a. Bagi pemilik usaha yaitu sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk menerapkan sistem promosi yang lebih baik dan tepat kedepannya.
- b. Bagi pihak akademik yaitu sebagai bahan referensi untuk observasi selanjutnya yang memiliki topik yang sama.

1.6 Sistematika Pembahasan

Laporan sistematika kerja praktek akan disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan dukungan teori-teori.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas identitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan, aktivitas kegiatan operasional perusahaan, dan sistem yang diimplementasikan perusahaan.

BAB IV : METODOLOGI

Bab ini menjelaskan rancangan penelitian, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam mengumpulkan data yang diperlukan, proses perancangan dan tahapan dan jadwal pelaksanaan penelitian.

BAB V : ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan analisis data dan perancangan sistem promosi untuk perusahaan.

BAB VI : IMPLEMENTASI

Bab ini menjelaskan implementasi luaran proyek dan kondisi setelah implementasi.

BAB VII : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan diberi kesimpulan dan saran yang diberikan penulis kepada pemilik.