BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kenaikan bisnis saat ini amat pesat banyak yang membuka usaha-usaha baru. Banyak pengusaha melakukan strategi untuk meningkatkan bisnis serta melancarkan usahanya dalam mencari pelanggan untuk meningkatkan omset penjualan mereka. Hal tersebut membuat para pengusaha harus mengambil langkah untuk melakukan strategi bisnis yang dilakukan seperti bisa meningkatkan sumber daya yang ada dalam melakukan strategi bisnis untuk mencapai tujuan yang di inginkan.

Pengusaha makanan dan minuman juga melakukan strategi bisnis dengan inovasi yang baru dan unik dalam hal untuk menarik minat dan perhatian para pelanggan dengan melakukan inovasi yang baru. Tetapi dalam berinovasi tidak hanya cukup dalam melakukan persaingan bidang usaha yang sangat ketat pada saat ini, dalam hal tersebut salah satu cara untuk melakukan agar usaha lancar perlu adanya melakukan strategi promosi, pada suatu bisnis perlu melakukan promosi karena suatu usaha akan di kenal masyarakat banyak.

Promosi adalah hal yang utama dalam bisnis dan membentuk salah satu faktor yang dapat mengagumkan minat para pembeli untuk memperhatikan produk yang diusulkan oleh perusahaan, Kotler (2011). Hal lain dari promosi adalah membuat produk yang dimiliki perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat. Cara yang dilakukan agar dikenal oleh masyarakat banyak adalah

Sekarsari. Penggunaan Strategi Promotion Mix Rumah Makan Moro Kangen.
UIB Repository©2019

dengan membuat brosur dan memberikan brosur kepada masyarakat untuk memperkenalkan produk yang dimiliki.

Rumah makan Moro Kangen sudah berdiri selama 3 tahun, tetapi belum pernah melakukan promosi seperti membuat *promotion mix* terhadap usaha yang dibuat sehingga penjualan menurun. Rumah Makan Moro Kangen juga menerima pemesanan melalui telepon tetapi tidak melakukan promosi yang membuat daya tarik konsumen.

Pada pertumbuhan dan perkembangan ekonomi saat ini, fokus dari Rumah Makan Moro Kangen hanya kepada pelanggan lama saja dan sedikitnya pelanggan baru. Dari hasil yang telah ditemukan bahwa permasalahan yang terjadi pada Rumah Makan Moro Kangen maka dari itu penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan memberikan judul penelitian ini **"Penggunaan Strategi *Promotion Mix* Rumah Makan Moro Kangen"**

1.2 Ruang Ligkup

Kerja praktek ini berpusat pada penggunaan rencana *promotion mix* menawarkan produk yang ada di Rumah Makan Moro Kangen kepada konsumen dengan tawaran tambahan yaitu promo paket makan gratis minuman khusus di hari jumat, sabtu dan minggu. Kupon diskon dengan potongan 5000 minimal pembelian 50.000 untuk pembelian selanjutnya, serta pembuatan spanduk dan pembuatan brosur mengenai paket promo agar menarik perhatian konsumen serta pembuatan sosial media *instagram* dan *facebook* untuk mempromosikan kepada orang banyak.

Sekarsari. Penggunaan Strategi Promotion Mix Rumah Makan Moro Kangen.
UIB Repository©2019

1.3 Tujuan Proyek

Penelitian ini menggunakan teknik prosedur dalam penyusunan laporan kerja praktek yaitu sebagai berikut :

1. Pembentukan menu paket makan gratis minuman atau promo JSM " jumat, sabtu dan mingu" , kupon diskon 5000 dengan minimal pembeilan 50.000 digunakan di pembelian selanjutnya, pembuatan spanduk dan brosur untuk menarik perhatian konsumen serta membuat sosial media *instagram* dan *facebook* untuk mempromosikan kepada orang banyak mengenai promo dari Rumah Makan Moro Kangen.
2. Menerapkan aplikasi pemasaran jasa yang telah dilakukan.
3. Memperdalam bidang pemasaran dan orderan melalui alat media sosial agar konsumen simpel dalam memesan makanan.
4. Meningkatkan pendapatan *profit* 10 % pada setiap bulan pada Rumah Makan Moro Kangen.

1.4 Luaran Proyek

Aktivitas yang dilaksanakan merupakan teknik promosi yang di implementasikan untuk meningkatkan dan memajukan bisnis Rumah Makan Moro Kangen dalam berkompetensi dengan *competitor* juga memajukan penjualan dan menjaga konsumen lama dan menemukan konsumen baru dengan melakukan program rencana sebagai berikut :

Sekarsari. Penggunaan Strategi Promotion Mix Rumah Makan Moro Kangen.
UIB Repository©2019

1. Promosi penjualan (*Sales Promotion)* pada pembuatan promo JSM " jumat, sabtu dan minggu" dengan paket makan gratis miuman.
2. Jasa periklanan (*Advertising)* dalam membagikan berita bagi konsemuem dengan membuat promosi makanan yang begitu nikmat supaya konsumen terpikat dengan produk yang ada.
3. Pembuatan kupon *(Coupon Discount)* dengan pembuatan kupon diskon 5.000 dengan minimal pembelian 50.000 yang dapat digunakan dengan pemebelian selanjutnya agar menarik perhatian konsumen untuk datang kembali.
4. Membuat brosur dan spanduk makanan untuk memudahkan konsumen mengetahui menu makanan yang ada di Rumah Makan Moro Kangen.

1.5 Manfaat Proyek

Keuntungan yang didapatkan terhadap penelitian yang dilakukan yaitu :

1. Bagi pelanggan

   Informasi yang didapatkan konsumen tentang promosi yang dilakukan pada Rumah Makan Moro Kangen. Mempererat hubungan baik yang berkelanjutan antara konsumen terhadap Rumah Makan Moro Kangen.
2. Bagi pemilik

   Rumah Makan Moro Kangen mendapatkan gagasan baru dalam mengembangkan usaha, mendapat pelanggan baru dan meningkatkan pendapatan penjualan melalui mahasiswa yang selagi menjalankan Kerja Praktek dengan menawarkan produk.

Sekarsari. Penggunaan Strategi Promotion Mix Rumah Makan Moro Kangen.
UIB Repository©2019

3. Bagi penulis selanjutnya

Peneliti seterusnya yang akan menjalankan dan mengutip data ini menjadi rekomendasi dalam merancang laporan kerja praktek supaya bertambah baik dari penulis sebelumnya.

1.6 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Menjelasakan tentang latar belakang masalah, ruang lingkup, luaran proyek, manfaat proyek dan juga sistematika pada pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menjelasakan tentang teori, temuan, hasil penelitian sebelumnya, bab ini juga terdiri dari latar belakang masalah, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek, manfaat proyek serta sistematika pembahasan.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSHAAN

Menjelasakan tentang identitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan, aktivitas kegiatan operasional perusahaan serta sistem yang akan digunakan pada perusahaan tersebut.

BAB IV METODOLOGI

Sekarsari. Penggunaan Strategi Promotion Mix Rumah Makan Moro Kangen.
UIB Repository©2019

Melakukan rancangan penelitian, teknik pengumpulan data dimana data yang diperlukan pada saat pengumpulan data yang diinginkan. Proses perancangan alat/sistem, langkah-langkah kerja, metode yang diperlukan pada penyelesaian proyek serta jadwal pelaksanaan.

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Terdiri dari analisis data, perancangan luaran proyek serta kendala dalam implementasi.

BAB VI IMPLEMENTASI

Terkait terhadap proses yang sedang dialami pada tahap implementasi juga umpan balik yang didapatkan berdasarkan hasil dari perancangan yang diimplementasikan dalam tempat Kerja Praktek. Bagian yang terkait dalam dua hal yang dieprlukan, diantaranya merupakan implementasi luaran proyek dan kegiatan sesudah implementasi.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang ada pada keseluruhan kerja praktek yang dilakukan dan saran terhadap klien mengenai kegiatan yang didapatkan pada saat berlangsungnya kerja praktek.

Sekarsari. Penggunaan Strategi Promotion Mix Rumah Makan Moro Kangen.
UIB Repository©2019