

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan yang didirikan memiliki harapan yang sama yaitu mendapatkan laba untuk perusahaan. Dengan tujuan tersebut, perusahaan harus membuat sistem pemasaran yang bagus untuk mendapatkan pasaran yang lebih luas, dikenal oleh lebih banyak orang dan untuk bersaing terhadap kompetitor lainnya. Salah satu sistem pemasaran yang dapat digunakan dan sering digunakan oleh banyak perusahaan yaitu *promotion mix*.

Promosi adalah usaha dari perusahaan untuk menyalurkan informasi tentang usaha yang dilakukan, barang dan jasa yang ditawarkan dengan mencari perhatian orang sehingga orang ingin membeli atau menggunakan jasa yang perusahaan tawarkan. Promosi memiliki banyak tujuan yang salah satunya adalah menyebarkan informasi tentang produk atau jasa kepada target pasar potensial, meningkatkan penjualan, profit, menambah pelanggan, menjaga kesetiaan pelanggan. *Promotion mix* atau bauran promosi adalah kumpulan dari beragam tipe promosi tentang suatu produk atau jasa yang ditawarkan sehingga produk atau jasa yang dipromosikan dapat memberikan hasil yang dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan profit. Promosi tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti iklan di koran, spanduk, majalah pameran.

Agra Prima Utama merupakan toko yang bergerak dibidang sembako sebagai distributor sembako, yang menjual barang-barang konsumsi dari hasil pertanian, rempah-rempah, dan sebagainya. Barang yang dijual termasuk seperti bawang-bawangan, gula, ketumbar, kemiri, mie kuning, bihun telur, kerupuk, dll. Barang-barang tersebut didistribusikan langsung di toko-toko dan meja-meja dipasar, dan juga dijual secara ecer di toko Agra Prima Utama. Agra Prima Utama didirikan oleh Bapak Yanto pada tahun 2018 dengan tujuan untuk mencari profit. Agra Prima Utama terletak diposisi yang tidak strategis, tidak memiliki papan nama dan tertutup oleh pagar sehingga toko Agra Prima Utama tidak begitu terlihat dan masih belum diketahui oleh banyak orang. Toko Agra Prima Utama hanya sebuah toko rukopasar yang tidak memiliki daya tarik untuk pelanggan

karena juga belum memiliki promosi yang bagus. Omset penjualan eceran toko untuk saat ini masih belum mencapai target. Omset yang ditargetkan perbulannya adalah Rp. 30.000.000 tetapi omset yang didapatkan hanya mencapai Rp. 10.000.000. Dengan begitu toko Agra Prima Utama harus menggunakan promosi yang bagus agar toko mereka dapat menarik perhatian pelanggan dengan **“Implementasi *Promotion Mix* pada Toko Agra Prima Utama”**.

### 1.2 Ruang Lingkup

Berlandaskan hasil observasi di lokasi kerja praktek dan wawancara yang dilaksanakan dengan bapak Yanto, toko “Agra Prima Utama” ini belum pernah menggunakan spanduk, hanya ruko dipasar yang tidak memiliki nama. Tahap awal yang akan dilakukan adalah mulai mengikuti perkembangan zaman dan mulai mengenali dengan namanya *promotion mix*, mulai menargetkan lebih luar dengan memasang spanduk sebagai media promosi untuk mendapatkan perhatian pelanggan. Membuat desain semenarik mungkin untuk menarik perhatian pelanggan, dan spanduk juga dapat dibuat dipercetakan, proses pembuatan sangat mudah, tidak memakan waktu banyak dan murah.

### 1.3 Tujuan Proyek

Tujuan pelaksanaan proyek ini yaitu:

- a. Membantu meningkatkan omset penjualan di toko Agra Prima Utama sebanyak 10%
- b. Memberikan pengetahuan tentang sistem *Promotion Mix*
- c. Membantu pemilik menaikkan omset penjualan eceran
- d. Membantu agra prima utama untuk dapat diketahui oleh lebih banyak orang dengan promosi yang sudah dibuat.

### 1.4 Luaran Proyek

Yang telah dihasilkan dari bagian ini adalah pembuatan spanduk banner dengan desain nama toko, jenis barang, keunikan toko yang akan didesain oleh penulis yang dapat memberikan manfaat bagi pemilik toko untuk lebih mudah

dikenal oleh orang yang berbelanja dipasar. Membuat kartu nama untuk toko yang berisi nama, nomor telfon dan alamat. Membuat akun *facebook* untuk toko.

Spanduk dapat berfungsi sebagai media iklan, promosi, publikasi sebuah produk/jasa. Selain itu seperti yang kita ketahui spanduk juga merupakan media promosi yang murah, cepat, dan efektif. Spanduk akan didesain dan akan dicantumkan nama toko, jenis barang yang dijual, nomor telepon, alamat, dan akan didesain semenarik mungkin agar bisa disadari dan diperhatikan oleh banyak orang. Kartu nama dibuat untuk diberikan kepada pelanggan, sebagai tanda pengenalan diri toko. Yang tercantum dalam kartu nama akan memberikan informasi tentang nama usaha, nama pemilik toko, alamat, telepon, e-mail, akun sosial media dan produk. Informasi-informasi tersebut akan memberikan gambaran dari sebuah toko tersebut atas usaha yang diajalankan dan memberikan image yang dapat diingat oleh pelanggan. Membuat akun *facebook* dan mengunggah foto produk yang dijual. Setelah itu akan dipasarkan secara online dengan begitu akan membantu mendapatkan pelanggan baru dan target pasar akan semakin lebih luas.

### **1.5 Manfaat Proyek**

Manfaat yang diterima dari hasil kerja praktek yang dilakukan antara lain sebagai berikut:

a. Manfaat bagi mahasiswa

Mahasiswa yang terlibat dapat menambah pengetahuan tentang cara implementasi *promotion mix* serta mencocokkan teori yang telah dipelajari tentang *promotion mix*.

b. Manfaat bagi perusahaan

Adanya promosi yang dilakukan untuk meningkatkan omset penjualan, mempromosikan nama toko agar diketahui lebih banyak orang, memberikan target pasar yang semakin luas dan menambah pengetahuan terhadap pemilik tentang *promotion mix*.



## **1.6 Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan memiliki tujuan untuk memberi gambaran uraian mengenai isi dan pembahasan dari proyek kerja praktek pada masing-masing bab. Penelitian ini terdiri dari tujuh bab sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek, manfaat proyek, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai teori, unsur-unsur, temuan, komponen dan informasi yang relevan mengenai *promotion mix*.

### **BAB III: GAMBARAN PERUSAHAAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai identitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan, kegiatan operasional perusahaan, sistem yang digunakan oleh perusahaan.

### **BAB IV: METODOLOGI**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, proses perancangan dan tahapan dan jadwal pelaksanaan penelitian.

### **BAB V: ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai analisis data dan perancangan sistem serta kendala implementasi untuk perusahaan.

### **BAB VI: IMPLEMENTASI**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai implementasi dan kondisi setelah implementasi.

### **BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini akan diberi kesimpulan dan saran yang diberikan penulis kepada pemilik terkait hal-hal yang ditemukan selama kerja praktek.