

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring berkembangnya waktu dari perubahan zaman, dimana menyebabkan banyak produk dari segala penjualan yang unik dan beragam disekitar kita. Sehingga banyak muncul berbagai persaingan dari penjualan dan menyebabkan banyak produk penjualan yang tidak unik atau kalah bersaing dengan kompetitor. Dimana usaha penjualan yang terlalu mudah untuk disaingi merupakan usaha mikro kecil menengah, yang tidak membutuhkan modal terlalu besar dan mudah untuk membangun usaha seperti usaha penjualan kedai atau warung kecil-kecilan yang omsetnya tidak capai lebih dari 100 juta per bulan.

Dalam sebuah usaha penjualan, banyak faktor yang wajib diperhatikan bahwa metode atau produk penjualan tersebut dapat berpengaruh besar dari segala sisi aspek yang dapat dirasakan oleh pelanggan. Dalam suatu usaha baik produk maupun jasa, dapat diperhatikan dari aspek Marketing Mix 4P yang terdiri dari Product, Place, Price, & Promotion. Dimana ke-empat aspek tersebut sangat berpengaruh dalam suatu usaha penjualan baik dalam skala kecil maupun skala besar.

Dapat kita analisa dalam suatu usaha penjualan bahwa Produk (Product) merupakan faktor pengaruh terbesar dalam penjualan, dikarenakan jika dilihat dari produk yang tidak menarik, maka secara otomatis pelanggan pun tidak tertarik untuk mencoba dan merasakan produk yang dijual dalam usaha penjualan tersebut. Produk dapat berpengaruh penting dalam segala usaha pada industri penjualan. Kedua, Lokasi usaha (Place) juga berpengaruh terhadap suatu usaha

penjualan dimana penempatan lokasi usaha yang dipilih harus strategis dan mudah untuk diakses atau tidak sulit untuk dijangkau oleh pelanggan sehingga untuk pelanggan yang tidak mengetahui usaha kita pun akan mengetahuinya jika sering melihat usaha kita yang letaknya strategis. Selain strategis, pemilihan lokasi usaha juga harus diperhatikan melalui faktor kemampuan pelanggan lingkungan sekitar, jika usaha penjualan yang dijual merupakan produk yang memiliki harga tinggi maka secara otomatis akan tidak cocok untuk dijual pada lokasi yang ditempatkan masyarakat menengah ke bawah dikarenakan masyarakat sekitar tidak mampu atau menjadi ragu untuk membeli produk yang dijual. Ketiga merupakan faktor Harga (*Price*), dimana harga setiap usaha penjualan pastinya berpengaruh penting dan dari segala usaha penjualan akan merendahkan harga serendah mungkin agar dapat menarik pelanggan dan tidak ingin kalah bersaing dengan penjualan lainnya. Yang terakhir merupakan Promosi (*Promotion*), aspek promosi merupakan aspek dimana merupakan strategi yang akan digunakan penulis untuk meneliti terhadap usaha kerja praktek, aspek ini dapat dilakukan dengan segala cara yang memungkinkan untuk mengintroduksi usaha penjualan kepada segala penjurus masyarakat baik dari penduduk kota, penduduk daerah terpencil, maupun penduduk luar negeri yang memungkinkan untuk melakukan transaksi pada usaha penjualan tersebut.

Selanjutnya, untuk usaha penjualan yang akan dianalisa penulis merupakan suatu merek lokal dari kedai minuman yang baru-baru ini dibuka, yaitu kedai minuman BOGATEA. Bogatea didirikan oleh Ibu Joanne pada bulan Mei tahun 2019 dimana usaha penjualan ini menawarkan produk yang cukup menarik dikarenakan usaha penjualan hampir mirip dengan usaha penjualan yang

sedang naik daun diluar negeri yaitu merek HEYTEA. Merek Heytea ini sangat terkenal di luar negeri dan penjualannya sangat tinggi dimana pelanggan yang ingin membeli produk tersebut sampai harus antrian berbaris panjang di Singapore. Sehingga untuk produk yang ditawarkan Bogatea ini sangat menarik perhatian penduduk lokal karena merek Heytea dari luar negeri belum sempat masuk ke kota Batam ataupun Indonesia. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan sebuah penelitian untuk dapat membantu ibu Joanne ataupun pihak Bogatea untuk dapat meningkatkan penjualan serta mencapai keuntungan yang lebih maksimal dengan penelitian yang berjudul “Analisis Promotion Mix dan Perancangan Saluran Distribusi pada Kedai Minuman BOGATEA”.

1.2 Ruang Lingkup

Penulis akan melakukan observasi pada usaha penjualan Bogatea dimana penulis akan melakukan pengenalan terlebih dahulu dengan pemilik usaha tersebut, meminta izin untuk melakukan penelitian kerja praktek dan memulai melakukan penelitian pada strategi yang telah ditentukan oleh penulis, yaitu melakukan strategi dalam aspek promosi dan saluran distribusi terhadap brand Bogatea. Penulis akan melakukan penelitian mulai dari bulan Agustus sampai dengan bulan Oktober 2019.

Rumusan masalah yang akan dibahas dan diobservasi oleh penulis dalam penelitian ini merupakan :

- a. Bagaimana strategi promotion mix dapat digunakan semaksimal mungkin dalam usaha penjualan Bogatea sehingga dapat meningkatkan ketertarikan

pelanggan ataupun dapat memaksimalkan keuntungan terhadap usaha tersebut ?

- b. Bagaimana penerapan saluran distribusi yang dilakukan untuk dapat menanamkan brand awareness pada masyarakat sehingga dapat meningkatkan pengetahuan terhadap merek Bogatea pada ingatan masyarakat ?

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan dari proyek ini merupakan memberikan strategi kepada pemilik usaha agar dapat meningkatkan omset penjualan agar usaha penjualan tersebut dapat menjadi lebih baik dari sebelumnya. Berikut perincian tujuan dari penelitian

proyek yang dilakukan penulis :

- a. Meningkatkan penjualan dengan berbagai cara strategi promosi agar dapat meningkatkan penjualan atau tidak hanya berada pada titik tertentu saja, bahkan akan mengalami kerugian jika pihak Bogatea tidak melakukan sistem pemasaran dengan promosi untuk menarik ketertarikan minat pada masyarakat
- b. Melakukan saluran distribusi agar merek Bogatea tersebut dapat diketahui oleh banyak kalangan masyarakat, dikarenakan tidak hanya di kota Batam, bahkan bisa dibuka atau *franchise* diluar kota Batam sehingga merek Bogatea akan menjadi merek yang termasuk golongan Nasional.

1.4 Luaran Projek

Hasil yang diharapkan penulis ialah agar pemilik usaha dapat memperoleh pengetahuan dan mampu merancang strategi baru bagi kemajuan usahanya, penulis mengharapkan bahwa pihak Bogatea dapat mengimplementasi strategi-strategi yang telah diberikan oleh penulis, sebagai berikut :

- a. Membuat akun Instagram dan bergabung dalam aplikasi Gofood dan Grabfood agar dapat memperluas pengetahuan pelanggan dan dapat memberikan kemudahan terhadap pelanggan untuk menikmati produk minuman yang ditawarkan Bogatea.
- b. Memberikan survey kepada pelanggan untuk merekomendasikan berbagai rasa baru yang diidamkan pelanggan agar dapat menambahkan ide untuk Bogatea mengeluarkan produk menu baru dan memberikan promosi seperti *buy 1 get 1* pada menu baru tersebut agar pelanggan tertarik untuk mencoba menu baru tersebut.
- c. Meningkatkan persepsi pada ingatan masyarakat bahwa merek Bogatea selalu tercantum dalam pikiran mereka dengan mengikuti berbagai sponsor terhadap acara atau event yang dapat menarik perhatian masyarakat.
- d. Melakukan berbagai jenis promosi seperti *Giveaway* setiap bulan atau seasonal seperti natal, Halloween, imlek, idul fitri, ataupun valentine. Dimana promosi seperti ini dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap merek Bogatea yang selalu mengikuti zaman.
- e. Memberikan kesempatan kepada pihak ketiga untuk membeli waralaba (*Franchise*) terhadap merek Bogatea diluar kota Batam, agar dapat meningkatkan merek Bogatea menjadi lebih besar dan lebih banyak yang

mengetahui, dalam arti merek Bogatea telah menjadi merek yang go-national.

1.5 Manfaat Proyek

Adapun manfaat dari penelitian proyek ini yang dapat diperoleh sebagai

berikut :

a. Bagi Pihak Bogatea

Mendapatkan peningkatan omset usaha penjualan sehingga mendapatkan keuntungan yang maksimal serta dapat menghindari kerugian yang disebabkan oleh kekurangan aspek promosi.

b. Bagi Penulis

Mendapatkan pengetahuan terdapat segala jenis promosi ataupun saluran distribusi yang telah diimplementasikan dalam dunia nyata.

c. Bagi Pembaca

Mengetahui merek Bogatea bagi masyarakat yang belum mengetahui bahwa Bogatea merupakan merek lokal yang menyerupai merek internasional yang sedang naik daun dan Bogatea dapat memberikan produk minuman yang lebih segar dan unik dibandingkan merek usaha penjualan minuman lainnya di kota Batam.

1.6 Sistematika Pembahasan

Berikut merupakan bagian untuk mempermudah pembahasan guna untuk

menyampaikan hasil penelitian yang dirincikan dalam susunan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memiliki isi yang tersusun dari latar belakang ruang lingkup,

tujuan proyek, luaran proyek, dan manfaat proyek atas masalah yang dihadapi saat ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memiliki isi berupa teori dan pengertian mengenai strategi promosi dan saluran distribusi yang dapat membantu proses dalam menjelaskan sistem kerja praktek supaya dapat dijaikan sebagai referensi.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi mengenai identitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan kegiatan operasional perusahaan serta cara kerja dan sistem yang diimplementasikan dalam perusahaan tersebut.

BAB IV : METODOLOGI

Bab ini berisi tentang bagaimana rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, proses perancangan, tahapan dan jadwal perancangan dalam melakukan kerja praktek. Tahap pelaksanaan akan dibagi menjadi 3 tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap penilaian dan pelaporan.

BAB V : ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini bertujuan untuk menganalisis data melalui hasil observasi atau wawancara, perancangan sistem dan kendala implementasi.

BAB VI : IMPLEMENTASI

Bab ini merupakan hasil implementasi yang telah dilakukan terhadap sistem dan kondisi setelah di lakukan implementasi.

BAB VII : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup dan berisi kesimpulan dan saran yang diberikan dalam melaksanakan kerja praktek.