

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada awal tahun 2019, wilayah perekonomian Batam mengalami perubahan yang baru yaitu perubahan dari *free trade zone* menjadi kawasan ekonomi khusus dimana yang awalnya hanya melayani pasar luar negeri juga melayani pasar domestik (Haryati, 2019). Meskipun terjadi perubahan tersebut, perekonomian di kota Batam tetap berada di angka perekonomian yang rendah sejak tahun 2013 dan tidak mengalami perubahan yang drastis dalam hal perekonomian hingga saat ini yang menjadi kekhawatiran sebagian besar masyarakat di Batam (Haryati, 2018). Selain masalah perekonomian, pengangguran juga menjadi salah satu masalah bagi para penduduk kota Batam untuk memenuhi kebutuhan hidup (Ikhsan, 2018). Untuk mengatasi masalah pengangguran, BP Batam mengizinkan kepada masyarakat Batam untuk membuka usaha kecil dan menengah (UKM) untuk memperkecil pengangguran dan memenuhi kebutuhan masyarakat Batam sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.47/PMK/04/2012.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan usaha yang dijalani oleh sebagian besar masyarakat Batam. UKM terbagi atas beberapa bidang, diantaranya kuliner, gaya hidup, elektronik, dan bidang lainnya. Salah satu bidang usaha yang paling dominan ialah bidang elektronik dalam produk *handphone* ataupun yang lebih dikenal dengan *smartphone*. Di kota Batam bidang usaha *smartphone* dapat ditemukan di mana – mana, tetapi dikarenakan terlalu

banyaknya toko ataupun pengusaha bidang elektronik dalam produk *smartphone* maka persaingan antar satu sama yang lainnya sangat sengit. Maka dari itu, pemilik usaha memerlukan taktik-taktik dalam menonjolkan usahanya di kota Batam. (Lubis, 2018)

Dalam tulisan ini, penulis memilih salah satu pengusaha UKM di bidang elektronik yaitu Smiley Shop yang berlokasi di Nagoya Hill lantai LG blok C No. 87, Lubuk Baja – Batam yang dimiliki oleh ibu Lindawati. Tokonya sudah berdiri sejak 1 April 2014. Beliau memasukkan produk penjualan dari berbagai supplier di berbagai tempat untuk menyesuaikan keinginan masyarakat. Toko ibu Lindawati memiliki produk terdiri dari *powerbank, charger, usb cable, headphone, headset*, dan aksesoris – aksesoris untuk beraneka jenis merek *smartphone*.

Masalah yang dihadapi oleh ibu Lindawati adalah penjualan aktif yang hanya melayani konsumen yang datang berkunjung ke toko ketika membutuhkan produk – produk elektronik sehingga penjualan aktif yang dilakukan hanya sebatas mendapatkan pendapatan dari konsumen yang datang. Beliau juga menyadari permasalahan tersebut tetapi dari dia sendiri tidak memiliki ide – ide yang berdampak besar bagi bisnis dia sendiri. Beliau juga pernah berpikir untuk menggunakan aplikasi sosial media tetapi membatalkannya karena menurut dia, cara tersebut tidak akan berdampak besar bagi usahanya dan nantinya dia sendiri yang harus mengurus sosial media tersebut sehingga tidak diterapkan ide tersebut. Untuk meyakinkan beliau mengenai strategi pemasaran melalui sosial media, penulis mengambil peluang/kesempatan dari permasalahan toko tersebut dan menjadikannya sebagai topik Kerja Praktek penulis untuk kedepannya. Alasan penulis menggunakan aplikasi sosial media sebagai solusi bisnis untuk beliau

dikarenakan penulis ingin membuka saluran distribusi yang baru yang dapat meningkatkan omset penjualan yang baru untuk beliau sehingga beliau mendapatkan saluran distribusi yang lebih luas untuk perkembangan usahanya.

Strategi pemasaran yang akan diterapkan untuk toko Smiley Shop adalah salah satu unsur dari 4Ps, dimana unsur yang akan diterapkan dari 4Ps tersebut adalah unsur *promotion*. Penulis menerapkan unsur *promotion* pada aplikasi *instagram* dimana aplikasi tersebut merupakan aplikasi populer yang memiliki pengguna aktif Indonesia lebih dari 45 juta orang (Moh Khory Alfarizi, 2018). Dengan adanya strategi pemasaran tersebut berharap agar dapat membantu memasarkan produk dengan efektif dan efisien serta menarik perhatian masyarakat dari strategi pemasaran tersebut.

Berdasarkan permasalahan yang tertera, penulis menjadi tertarik untuk lebih mendalami mengenai penerapan manajemen pemasaran *promotion mix* pada toko Smiley Shop. Laporan tersebut akan dibuat dalam sebuah format penulisan laporan ilmiah yang berjudul **“Penerapan Strategi *Promotion Mix* pada Toko Elektronik Smiley Shop di Batam”**.

1.2 Ruang Lingkup

Lingkup dari proyek ini berencana menerapkan salah satu unsur 4P yaitu *promotion*. Dari unsur *promotion* ini, ada 3 poin yang ingin dicapai oleh penulis, yaitu:

1. Dengan adanya *direct marketing*, proses interaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli mempererat hubungan antar sesama sehingga menciptakan nama baik perusahaan.

2. Penerapan *sales promotion* yang bersifat menguntungkan dapat menarik perhatian masyarakat untuk melakukan transaksi dengan toko sehingga meningkatkan angka penjualan perusahaan.
3. Perusahaan menciptakan *advertising* melalui perantara *sales promotion* dan *direct marketing* sehingga secara tidak langsung menciptakan nama baik perusahaan yang dapat tertanam di benak masyarakat.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan diadakan kerja praktek di toko ibu Lindawati adalah membantu meningkatkan kuantitas penjualan sekaligus mempromosikan toko tersebut. Penulis sendiri mengharapkan agar kuantitas penjualan yang dikeluarkan dari toko tersebut akan meningkat sebesar 10% per bulan dengan adanya penerapan strategi pemasaran tersebut. Proyek ini juga dianggap sebagai pengalaman baru bagi mahasiswa dalam menerapkan strategi pemasaran pada UMKM.

1.4 Luaran Proyek

1. Untuk penerapan *direct marketing* secara *online*, ibu Lindawati menggunakan platform *instagram* dalam penerapannya dan hubungan antara penjual dan pembeli dapat tetap terjalin melalui *chatting* sehingga mulai dari proses penawaran, tawar – menawar, ataupun *closing* dapat tetap terlaksanakan tanpa harus bertatap muka langsung.
2. Untuk penerapan *sales promotion*, ibu Lindawati memberikan diskon khusus untuk pelanggan yang belanja *online* dengan tujuan untuk meningkatkan angka penjualan melalui kalangan *online*.

3. Untuk *advertising*, dengan melalui 2 penerapan di atas, ibu Lindawati memperkenalkan Smiley Shop dalam benak masyarakat terkhusus di kalangan *online*. Beliau memilih aplikasi *instagram* karena menurut dia, aplikasi *instagram* merupakan aplikasi yang umumnya dipakai oleh masyarakat remaja dan dewasa Batam dan beliau memiliki kesempatan yang besar untuk mengembangkan usahanya ketika memasarkan produknya pada segment tersebut.

1.5 Manfaat Proyek

1. Bagi perusahaan

Meningkatkan volume penjualan Smiley Shop dan mempromosikan toko Smiley Shop di benak masyarakat Batam.

1. Bagi akademis

Proyek ini dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk membuat laporan kerja praktek yang dilakukan di toko Smiley Shop milik ibu Lindawati.

2. Bagi penulis

Proyek ini dapat memberikan pengalaman baru bagi penulis dalam bekerja sama dengan perusahaan untuk menerapkan sebuah proyek dan penulis dapat menambah pengetahuan dan kemampuan dalam tata cara menulis karya ilmiah.

1.6 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pembahasan pada bab pendahuluan merupakan pembahasan yang mendasari dimana pembahasan ini berisi tentang latar belakang masalah, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek, manfaat proyek, dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pembahasan pada bab tinjauan pustaka merupakan pembahasan mengenai teori, tujuan serta informasi yang relevan yang dijadikan sebagai suatu dasar dalam pelaksanaan kerja praktek ini.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pembahasan pada bab gambaran umum perusahaan merupakan pembahasan mengenai identitas perusahaan yang diteliti, struktur organisasi perusahaan, aktivitas kegiatan operasional perusahaan, dan sistem yang digunakan oleh perusahaan tersebut.

BAB IV METODOLOGI

Pembahasan pada bab metodologi merupakan pembahasan mengenai rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, proses perancangan sistem laporan, tahapan pekerjaan, metode penelitian penyelesaian proyek, serta jadwal pelaksanaan.

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Pembahasan pada bab analisis data dan perancangan, untuk bagian analisis data membahas tentang gambaran pengamatan pertama lokasi kerja praktek, dan untuk bagian perancangan membahas hasil perancangan yang diterapkan untuk membangun UKM serta kendala atau halangan dalam implementasi.

BAB VI IMPLEMENTASI

Pembahasan pada bab implementasi merupakan pembahasan mengenai tahap penerapan yang diperoleh dari hasil perancangan dan kondisi setelah menerapkan implementasi pada lokasi pelaksanaan.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Pembahasan pada bab kesimpulan dan saran merupakan pembahasan mengenai kesimpulan dari hasil kerja praktek, keterbatasan yang ditemukan dan rekomendasi mengenai ide – ide bagus yang dapat menambah dan meningkatkan wawasan serta memiliki fungsi/manfaat bagi para pembaca.