

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kepulauan Riau adalah salah satu provinsi di Indonesia dekat dengan Negara tetangga yaitu Singapura dan Malaysia bagian Kepulauan Riau dengan pertumbuhan penduduk setiap tahunnya meningkat. Tepatnya juga di Batam, merupakan salah satu kota yang berkembang seiring dengan pertumbuhan penduduk Batam juga merupakan pusat *export import* barang luar negeri dan juga lokasinya dekat dengan Singapura, Kota Batam banyak investor asing seperti negara tetangga Singapura bahkan China, seiring berjalannya waktu pertumbuhan ekonomi di Indonesia terutama di Batam semakin banyak sekali *sector industry* di Batam baik dari jasa maupun dari yang tidak dalam bentuk jasa bahkan sekarang Batam dibentuk sebagai kota pariwisata di karena banyak sekali pariwisata yang datang untuk berbelanja karena warga-warga di luar negeri mempunyai prinsip bahwa barang Indonesia sangatlah murah di bandingkan barang Negara asal mereka terutama warga Singapura dilihat dari mata uang sudah jauh lebih besar jadi untuk pemasarannya tidak diragukan.

Salah satu usaha di Kota Batam yang dapat dilihat perkembangannya adalah Usaha di bidang kuliner baik Mikro Kecil maupun Menengah, Usaha – usaha ini sangatlah banyak di Batam seperti usaha rumah makan, warung – warung dan *cafe*. Tidak hanya restoran mewah di Batam yang berkuasa pasaran di Batam tetapi warung - warung dengan skala ekonomi mikro dan kecil juga berkuasa di Batam karena untuk skala kecil banyak anak perantauan yang ingin makan di tempat

murah,hal inilah yang di takutkan ketika sebuah bisnis bidang kuliner tidak dapat bersaing Agar usaha-usaha cafe atau warung dapat bersaing dengan kompetitor,tentu *cafe* harus memiliki ciri khas tersendiri agar konsumen dapat tertarik dan pastinya cafe harus memiliki pemasaran (*promotion*). mulai dari produk yang disediakan harus bermutu serta menu yang disediakan harus sesuai konsep yang menarik selera konsumen sehingga konsumen tidak merasa bosan saat kembali untuk mengunjungi *cafe*.Produk merupakan aspek yang penting dalam kelangsungan rumah makan maupun *cafe* akan tetapi produk juga membutuhkan promosi (*Promotion*) dari pemilik *cafe*.Kegiatan promosi dilakukan dengan efektif agar mendapatkan kenaikan penjualan dan keuntungan selain itu juga mendapatkan kepopularitas di media sosial,mendapatkan pelanggan baru baik muda maupun tua dan juga bisa menjaga kesetiaan pelanggan melalui interaksi sosial media,semakin banyak *followers* yang dimiliki maka semakin bagus untuk target pasar,dan tidak hanya itu di sosial media terutama instagram bisa melihat *engagement* dan *impression* di pengaturan instagram yaitu *insight* dan ini akan membentuk characters sebuah produk yang sangat baik di mata konsumen di sosial media.dari situ bisa menganalisa umur konsumen serta *audience* yang akun yang kita miliki.

Salah satu warung kopi yang ingin dianalisa yaitu triangel coffe caravan merupakan usaha yang menjual minuman kopi kekinian,biasanya kopi ini banyak digemari oleh semua kalangan minuman ini dikemas sebaik dan sebagus rupa.yang terletak di kota Batam tepatnya di *orchard park avenue*,dan *cafe* ini bentuknya gerobak dan bukan ruko ruko jadi terlihat sangat unik. *cafe* ini didirikan oleh Bapak

Muhammad Taufik pada tahun 2017 september selain itu triangle cafe caravan juga menjual berbagai makanan berat seperti indomie dan lain lain. selain itu juga triangle cafe caravan mempunyai cafe yang sangat unik yaitu cafenya berbentuk gerobak kontener yang kalau di lihat dari jauh seperti rumah kecil akan tetapi di dalam keunikan ini ada suatu Permasalahan dari triangle cafe caravan adalah dari segi omset yang tidak menurut riset penulis kurang, tidak banyak masyarakat kota batam yang mengetahui dimana letak triangle cafe caravan dan penulis ingin mendesain strategi bauran pemasaran (*promotion*) pada Warung triangle coffe caravan dengan judul **"Implementasi Sistem media Promosi di instagram pada warung triangle coffe caravan di batam"**.

## 1.2 Ruang Lingkup

Di dalam ruang lingkup ini penulis akan menulis atau menyusun laporan kerja praktek berdasarkan hasil yang sudah di teliti yang di lakukan di sebuah warung kopi Triangle coffe caravan. yang penulis terapkan adalah yaitu marketing mix tetapi akan di fokus ke dalam *promotion* pada triangle coffe caravan

Dan akan melaksanakan kerja praktek di Warung kopi triangle coffe caravan mulai dari tanggal 28 agustus 2019 sampai dengan 30 november 2019 kegiatan ini akan dilakukan dengan cara turun lapang di setiap hari selasa dan juga melalui pesan *whatsapp* kegiatan perumusan masalah ini akan di analisa oleh penulis adalah :

- a. Bagaimanakah analisis pengelolaan usaha warung kopi triangle coffe caravan secara keseluruhan?

- b. Bagaimanakah cara melakukan strategi *Marketing promotion* yang seharusnya dilakukan oleh Warung kopi triangle coffe caravan?

### 1.3 Tujuan Proyek

Tujuan proyek ini adalah berdasarkan observasi di sebuah warung kopi yang bernama triangle coffe caravan. Tujuan dari penelitian ini untuk memberikan ide-ide yang akan memberikan kesempatan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas,kepopuleran bisnis dan juga akan menjaga kepuasan konsumen agar konsumen Warung kopi triangle coffe caravan dapat bertahan lama serta dapat meningkatkan *profit* dan mencapai kesuksesan pada triangle coffe caravan. Berikut tujuan-tujuan tersebut :

#### A. Promosi (*Promotion*)

Tahap promosi disini yang di maksud agak sedikit berbeda,selain promosi di iklan bersponsor di sosial media,triangle coffe caravan perlu menerapkan mengundang para *influencer* untuk bekerja sama yaitu *exposure*,*exposure* itu bekerjasama dengan *influncer* yang mungkin jumlah *followers* nya minimal 10.000 bisa triangle cafe caravan mengajak kerja sama dengan mereka,pihak yang mengundang perlu menyediakan makanan atau minuman apa yang perlu di review oleh si *influencer* dan selain itu mengajak mereka untuk mengobrol layaknya *partner* kerja karena dengan sistem seperti ini bisnis triangle coffe caravan sangat berdampak dengan mengundang *influencer* lokal di batam konsumen dapat dengan mudah mengetahui keberadaan triangle coffe caravan

karena *followers* si *influencer* tersebut terinfluence untuk membeli produk triangle coffe caravan dan walaupun tidak membeli *followers influencer* tersebut sudah mengetahui produk triangle coffe caravan

#### 1.4 Luaran Proyek

Luaran proyek ini hasil yang akan di harapkan dari kerja praktek ini adalah agar penulis bisa memberikan jembatan kesempatan untuk mencapai pintu kesuksesan bagi usaha untuk pemilik warung Triangle coffe caravan dan pemilik juga dapat ilmu yang diberikan oleh penulis dan akan menerapkan sistem tersebut di dalam usahanya, setelah menemukan apa yang ingin di implementasikan, terdapat beberapa implementasi yang ingin di terapkan oleh penulis antara lain:

- a. Memperkenalkan produk melalui *influencer* dengan cara *exposure*
- b. Melakukan iklan bersponsor (instagram)
- c. Mendaftarkan “cafe triangle caravan” di *GrabFood*

#### 1.5 Manfaat Proyek

Berikut ini merupakan manfaat yang bisa di peroleh dari hasil observasi:

- a. untuk triangle coffe caravan

Sebagai bahan informasi *digital* masa kini dan ini pemilik bisa lebih mudah mendapatkan beberapa opsi untuk meningkatkan pendapatan dari kualitas maupun kuantitas

- b. manfaat untuk penulis

Agar kedepannya penulis akan bisa menerapkan di usahanya juga karena jika dampaknya begitu besar penulis akan menerapkan sistem *promotion* ini ke usahanya

#### c. manfaat untuk Akademik

Agar dapat menjadikan jembatan untuk meningkatkan pengetahuan bagi mahasiswa-mahasiswa mengenai cara penerapan *Marketing promotion* di zaman milenial sekarang. Hasil peneliti ini kemudian diharapkan dapat berguna untuk peneliti berikut yang akan mengambil topic yang sama

### 1.6 Sistematika Pembahasan

Bagian sistem pembahasan ini akan digunakan untuk memperoleh pembahasan yang muda dalam menyampaikan hasil kerja praktek sebagai berikut :

#### BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi beberapa poin yaitu bagian latar belakang, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek dan yang terakhir adalah manfaat proyek.

#### BAB II : TINJAUAN PUSAKA

Bagian bab tinjauan pusaka ini adalah berisi pengertian *marketing mix* dan berisi teori yang menjelaskan sistem yang akan dapat membantu proses dalam kerja praktek yang dapat di jadikan beberapa referensi untuk di terapkan ke dalam usaha pemilik

#### BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab gambaran umum perusahaan ini berisi tentang teori identitas perusahaan, struktur organisasi dari perusahaan, aktivitas perusahaan dan kegiatan jam operasional perusahaan dalam keseharian dan sistem yang di gunakan dalam perusahaan

#### BAB IV : METODOLOGI

Dalam bab metodolog ini tentang bagaimanakah rancangan penelitian, dari teknik pengumpulan data dan juga proses perancangan, tahapan dan jadwal perancangan dalam melakukan kerja praktek, tahap pelaksanaan di bagi menjadi tiga bagian dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pelaporan yang diakhiri dengan penilaian

#### BAB V : ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab bagian analisis data dan perancangan ini tentang analisis data melalui hasil beberapa wawancara dan informasi dan juga menerapkan perancangan *system* dan kendala implementasi

#### BAB VI : IMPLEMENTASI

Dan bagian dari bab ini adalah implementasi yang akan di terapkan ke dalam sistem perusahaan dan kondisi setelah melakukan implementasi.

#### BAB VII : KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian dari bab ini berisi tentang bagian penutup yaitu kesimpulan dan saran yang dapat penulis tulis dalam

melakukan pelaksanaan kerja praktek di perusahaan tersebut