

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Darts merupakan salah satu permainan pub Inggris tertua yang berdiri sejak akhir tahun 1970-an, dan sekarang merupakan salah satu diantara berbagai olahraga paling populer di dunia. Permainan *darts* kini dapat dimainkan secara *online* bersama para pemain yang berada diluar negeri menggunakan mesin khusus. Mesin permainan tersebut bernama *dartslive*. *Dartslive* hadir di Indonesia sejak tahun 2013 (Pressreader, 2015). Sejak saat itu, lahirlah komunitas *darters* yaitu kumpulan pemain *darts*.

Anthony, yang merupakan salah satu pemain *darts* di Indonesia, membuka toko yang menjual berbagai peralatan permainan *darts* di Batam. Beliau merintis usahanya sejak tahun 2017. Akan tetapi, toko tersebut dari awal buka belum pernah melakukan promosi yang dapat membantu dalam peningkatan profit.

Walaupun pemain *darts* di Batam cukup banyak, tidak banyak yang datang ke *Koku Dart Shop* untuk berbelanja. Padahal, alat perlengkapan *darts* merupakan salah satu atribut penting dalam bermain *darts*. Tanpa adanya alat tersebut, anda tidak dapat bermain *darts*. Alat *darts* terdiri dari empat bagian yaitu *barrel*, *flight*, *shaft* dan *tip*. Alat tersebut tersedia dalam berbagai jenis, bentuk, dan warna yang bisa didapatkan di *Koku Dart Shop*.

Promosi yang dilakukan *Koku Dart Shop* selama ini hanya dari mulut ke mulut. Hal itu tidak cukup dalam memperkenalkan toko ke publik. Omongan dari mulut ke mulut bisa saja disampaikan kurang lengkap atau berbau negatif. Akan sangat sulit bagi perusahaan untuk mengubah pandangan konsumen jika mereka telah menerima pesan negatif.

Anthony, selaku pemilik *Koku Dart Shop*, perlu merancang strategi yang tepat untuk menumbuhkan bisnisnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Melakukan promosi yang tepat dapat membantu usaha ini agar dikenal secara luas dan mengundang orang untuk datang berbelanja. Itu sebabnya penulis dapat membantu *Koku Dart Shop* merancang strategi pemasaran yang dibutuhkan. Penulis akan melaksanakan Kerja Praktek yang berjudul “**Penerapan Promotion**

Mix pada Koku Dart Shop". Proyek ini tentunya akan memberikan hasil yang positif dan akan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan perusahaan.

1.2 Ruang Lingkup

Dalam hal manajemen pemasaran produk, ruang lingkup pada kerja praktek di *Koku Dart Shop* adalah penerapan *promotion mix* melalui iklan, promosi penjualan dan pemasaran secara langsung. Penerapan *promotion mix* diterapkan untuk melancarkan pemilik *Koku Dart Shop* untuk memperluas bisnis dan meningkatkan penjualan.

1.3 Tujuan Proyek

Proyek ini bertujuan untuk melakukan penerapan *promotion mix* pada *Koku Dart Shop*. Promosi dan pemasaran pada *Koku Dart Shop* dilakukan dengan harapan dapat meningkatkan keuntungan bisnis dan juga meningkatkan pelanggan.

1.4 Luaran Proyek

Luaran dari proyek ini adalah promosi yang akan diimplementasikan pada *Koku Dart Shop* dapat membantu toko ini untuk berkembang, bersaing dengan pesaing lainnya dan juga mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan dengan strategi penjualan berikut ini:

a. Iklan (*Advertising*)

Banner atau spanduk ditempatkan di tepi jalan sehingga masyarakat sekitar dapat melihat dan membuat mereka tertarik untuk berkunjung ke *Koku Dart Shop*.

b. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Mengadakan perlombaan *darts* dengan bekerjasama dengan salah satu kafe di Batam yang memiliki banyak mesin *darts*.

c. Pemasaran secara langsung (*Direct Marketing*)

Peralatan *darts* dapat dibeli melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Kemudian penjualan juga dapat dilakukan pada *e-commerce* seperti Tokopedia dan Bukalapak.

1.5 Manfaat proyek

Proyek kerja praktek pada *Koku Dart Shop* diharapkan dapat memberi manfaat bagi:

1. Perusahaan

Strategi pemasaran diterapkan dengan mulus untuk *membantu Koku Dart Shop* meningkatkan omzet.

2. Mahasiswa

Mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan untuk terlibat dengan dunia bisnis dan berkomunikasi secara langsung. Mahasiswa juga mendapatkan pengalaman dan mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka. Selain itu mahasiswa juga mengenal lingkungan kerja.

1.6 Sistematika pembahasan

Untuk menyederhanakan pembahasan selanjutnya, berikut adalah sistematika pembahasan:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah pada *Koku Dart Shop*, ruang lingkup, tujuan, luaran, dan manfaat proyek serta sistematika pembahasan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang teori, deskripsi singkat tentang semua bahan yang terlibat dalam berbagai sumber.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini mengklarifikasi identitas *Koku Dart Shop*, struktur organisasi, kegiatan operasional, dan strategi yang diterapkan pada *Koku Dart Shop*.

BAB IV: METODOLOGI

Bab ini menjelaskan rancangan penelitian, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data-data perusahaan, proses rancangan

strategi pemasaran, dan tahapan dan jadwal dilaksanakannya proyek ini.

BAB V: ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini mencakup analisis data termasuk ringkasan hasil observasi, merancang sistem pemasaran yang akan diterapkan pada *Koku Dart Shop* dan masalah yang ditemukan.

BAB VI: IMPLEMENTASI

Bab ini menjelaskan *output* yang diterima dan kondisi pada letak kerja praktek setelah implementasi dilakukan.

BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberikan kesimpulan singkat yang mengidentifikasi masalah yang berkenaan dengan topik/judul yang dipilih penulis dan juga menawarkan saran kepada perusahaan untuk perubahan di masa depan serta penulis seterusnya.