

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan yang terjadi di Kota Batam semakin pesat. Salah satu perkembangannya yaitu usaha jasa *laundry*. Seiring dengan berjalannya waktu, usaha *laundry* semakin sering kita lihat dimana-mana. Perkembangan ini dapat diindikasikan bahwa usaha jasa *laundry* semakin maju. Berdirinya usaha *laundry* yang semakin banyak, maka persaingan yang akan terjadi juga akan semakin tinggi sehingga menyebabkan pelaku usaha harus selalu melakukan inovasi agar bisa bersaing dalam bisnis *laundry* salah satunya adalah dengan menerapkan promosi-promosi yang dapat menarik konsumen.

Pada awal berdirinya *Washman Laundry*, pelaku usaha memperkenalkan usahanya dengan cara membagikan brosur secara *door-to-door* kepada masyarakat di sekitar dimana usaha ditempatkan. Pelaku usaha juga melakukan “*WOM*” (*Word of Mouth*) karena pelaku usaha merasa efektif dan dapat membantu usahanya yang masih dapat dikatakan asing. Pada tahun pertama hingga kedua usaha jasa *laundry* sangat stabil artinya jumlah konsumen selalu berada pada titik yang sama yaitu hampir mencapai 50 orang dan tidak kurang dari 40 orang, jumlah penghasilan yang didapatkan oleh *Washman Laundry* mulai dari Rp 8.000.000,- hingga Rp 10.000.000,-

Seiring berjalannya waktu ke waktu, teknik promosi menggunakan *WOM* (*Word of Mouth*) dianggap kurang efektif bagi pelaku usaha karena tidak meningkatkan jumlah konsumen dan penghasilannya. Jumlah konsumen dan penghasilan yang didapatkan oleh *Washman Laundry* menurun 20% hingga 30% pada tahun ketiga hingga sekarang ini. Jumlah konsumen yang dimiliki oleh *Washman Laundry* sebanyak 30 dan tidak kurang dari 40 orang, jumlah penghasilan yang didapatkan oleh *Washman Laundry* pada tahun ketiga hingga sekarang ini adalah mulai dari Rp 5.000.000,- hingga Rp 8.000.000,-

Dengan adanya penurunan ini, *Washman Laundry* kemudian membuat strategi yang baru dalam melakukan promosi pada usahanya yaitu dengan memasang baliho didepan lokasi usahanya dengan tujuan agar dapat dilihat oleh

masyarakat-masyarakat sekitar. Dengan adanya baliho di depan lokasi usahapeningkatan jumlah konsumen dan penghasilan masih sedikit. Cara-cara lain yang dilakukan pelaku usaha *Washman Laundry* antara lain juga selalu memantau hasil dan memastikan kualitas dari pencuciannya dengan meminta konsumen memberikan komentar dan saran agar *Washman Laundry* dapat selalu melakukan perubahan terhadap kualitasnya yang buruk dan mempertahankan kualitasnya yang baik, sehingga hasilnya dapat memuaskan para konsumen. Masalah pun mulai bermunculan seiring dengan meningkatnya saingan usaha-usaha *laundry* yang bermunculan dan memberikan promosi-promosi yang semakin menarik sehingga konsumen memilih untuk berpindah kepada jasa yang baru.

Berdasarkan uraian latar belakang *Washman Laundry* diatas, upaya untuk membantu pelaku usaha dalam mengatasi masalah yang sedang dialami adalah dengan melakukan penerapan *promotion mix* karena merupakan salah satu hal yang dibutuhkan oleh *Washman Laundry* dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah konsumen dan penghasilannya. Maka dari itu, penulis memilih menggunakan *Promotion Mix* untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi, sehingga penulis ingin mengangkat topik mengenai **“Implementasi *Promotion Mix* pada *Washman Laundry*”**

1.2 Ruang Lingkup

Merencanakan dan mengimplementasikan *Promotion Mix* (Bauran Promosi) pada *Washman Laundry* merupakan cakupan dari kerja praktek ini. Hanya beberapa komponen *Promotion Mix* yang akan diterapkan pada strategi pemasaran *Washman Laundry* seperti *Direct Marketing* dan *Sales Promotion* dengan memberikan promosi dan beriklan melalui *social-media* salah satunya aplikasi *Whatsapp*. Penulis menggunakan dua strategi pada *Promotion Mix* dengan tujuan agar pelanggan *Washman Laundry* dapat merasakan adanya rasa kekeluargaan dan memprioritaskan pelanggan dari pemilik usaha, dengan memberikan promosi kepada pelanggan melalui kartu diskon sehingga dengan tindakan-tindakan tersebut penulis berharap adanya tindakan promosi *Mouth-to-Mouth* dari pelanggan kepada masyarakat yang belum menjadi pelanggan

Washman Laundry melalui tindakan-tindakan tersebut penulis berharap dapat meningkatkan jumlah konsumen dan penghasilan dengan cepat.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan penulis dalam melakukan kerja praktek adalah

1. Mampu meningkatkan kesadaran masyarakat (*awareness*) dengan memberikan informasi secara luas agar masyarakat mengenal jasa yang di tawarkan oleh *Washman Laundry*.
2. Menerapkan strategi *promotion mix* agar dapat bersaing dalam pasar.
3. Mampu menarik pelanggan agar dapat meningkatkan hasil penjualan sebanyak 10%.

1.4 Luaran Proyek

Luaran proyek yang diserahkan kepada pihak *Washman Laundry* merupakan analisa-analisa terhadap strategi *Promotion Mix* atau bauran promosi yang dapat digunakan oleh *Washman Laundry* untuk membantu *Washman Laundry* dalam menghadapi masalah dalam jangka yang panjang sebagai berikut :

1. *Direct Marketing* : beriklan melalui *Social Media* yaitu *Whatsapp* dimana akan dibuatkan group chatting di *Whatsapp* bertujuan untuk dapat memberikan informasi-informasi seperti adanya promosi dari *Washman Laundry* dan juga dapat selalu memikat hubungan dengan pelanggan.
2. *Sales Promotion* : memberikan diskon berupa potongan harga kepada pelanggan baru sebesar 10% apabila pencucian mencapai Rp 100.000, dan memberikan kartu diskon yang akan diberikan stempel setiap melakukan pencucian di *Washman Laundry*, apabila pelanggan sudah mengumpulkan stempel sebanyak 9 kali maka pelanggan berhak mendapatkan pencucian gratis sebanyak 10 Kg.

1.5 Manfaat Proyek

1. Bagi Penulis

Manfaat yang didapatkan penulis adalah mampu meningkatkan wawasan yang lebih luas bagi penulis dan mengetahui langkah-langkah yang harus

diperhatikan dalam mengembangkan suatu usaha melalui penerapan strategi bauran atau *Promotion Mix*.

2. Bagi Pelaku Usaha

Manfaat bagi pelaku usaha adalah dapat memberikan wawasan yang akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan penjualan sehingga dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha lain.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan memberikan uraian laporan kerja praktek dengan gambaran umumnya mengenai isi dan bahasan setiap bab. deskripsi setiap bab dijelaskan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek dan manfaat proyek yang diharapkan, dan persiapan keseluruhan laporan kerja aktual ini secara sistematis.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua membahas teori, temuan dan hasil penelitian sebelumnya, yang dapat digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan kerja praktek.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas identitas, struktur organisasi perusahaan, aktivitas kegiatan operasi perusahaan, dan deskripsi sistem yang di terapkan dalam perusahaan.

BAB IV: METODOLOGI

Bab keempat menjelaskan uraian perancangan penelitian, teknik pengumpulan data, proses perancangan, dan tahapan serta jadwal untuk melakukan penelitian.

BAB V: ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab lima ini menguraikan hasil pengamatan awal, hasil perancangan atau produk yang dihasilkan, dan kendala implementasi yang ditemui dalam penelitian ini.

BAB VI: IMPLEMENTASI

Bab keenam menjelaskan berbagai tahapan proses implementasi dan umpan balik yang diperoleh, serta bagaimana kondisi perusahaan setelah merancang dan mengimplementasi sistem baru.

BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ketujuh menjelaskan kesimpulan penulis dari hasil penyusunan laporan kerja praktek dan saran yang diberikan kepada klien, serta catatan tindak lanjut atas hasil proyek yang belum selesai untuk mendukung penelitian lebih lanjut di masa depan.