

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Proyek

Di zaman yang sering berganti ini, Sebuah usaha memerlukan perhatian konsumen agar tetap dikunjungi. Hal tersebut dapat dicapai dengan sistem pemasaran yang baik. pemasaran merupakan sebuah proses untuk mengenalkan suatu produk atau jasa kepada konsumen. Karena itu promosi sangat penting bagi suatu usaha agar tetap dapat dikunjungi konsumen. Ketiadaan sistem promosi yang jelas dapat menyebabkan suatu usaha tidak diketahui oleh konsumen dan dapat mengurangi jumlah konsumen yang datang.

Papa chef merupakan sebuah usaha rumahan yang menjual makanan epok epok sebagai produk utamanya. Selain itu, papa chef juga menjual makanan lain seperti; donat ubi, bakwan udang, kripik pedas, martabak mini, dan pecal mie. Akan tetapi beberapa makanan tersebut hanya bisa dibeli melalui *pre-order* Usaha papa chef beralamat di perumahan lucky estate Blok B No 109, lubuk baja–Batam. Lokasi yang cukup ramai Karena berdekatan dengan jalan raya. Selain itu, papa chef juga memiliki jam operasional yang panjang dari pukul 6.30 pagi hingga pukul 17.30 sore Hal tersebut berpeluang membuat papa chef menjadi kegemaran penduduk sekitar.

Akan tetapi, usaha papa chef belum dapat mendatangkan konsumen yang tetap untuk membeli produk mereka. Susahnya akses menuju papa chef dan ketiadaan strategi marketing menjadi kausa sepinya konsumen. Meskipun papa chef terletak dipinggir jalan raya, sempitnya jalan perumahan lucky estate menyebabkan sulitnya akses lokasi dan parkir. Hal ini berdampak kepada pendapatan omzet papa chef. Selama 2 tahun beroperasi, usaha papa chef mengalami peningkatan dari 60 juta pertahun menjadi 80 juta pertahun. Namun

pada tahun 2019 omzet papa chef stagnan pada jumlah 80 juta pertahun. (sumber: papa chef, 2018).

Selama ini papa chef tidak memiliki strategi promosi yang jelas. papa chef hanya menggunakan metode promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) konsumen untuk mempromosikan papa chef. Walaupun Papa chef memiliki akun media social, akun tersebut hanya digunakan untuk mengumumkan kepada konsumen waktu pemesanan makanan *pre-order*. Alasan ini lah yang menyebabkan sistem promosi papa chef menjadi tidak efektif dan omzetnya stagnan. Seandainya hal ini terus berlanjut, maka tidak menutup kemungkinan omzet papa chef akan terus stagnan atau lebih buruknya lagi mengalami penurunan omzet. Penurunan jumlah omzet dapat mempengaruhi operasional papa chef.

Papa chef membutuhkan strategi pemasaran yang bagus agar dapat memperbaiki jumlah pendapatan omzet usaha papa chef. Setelah melakukan penelitian pada usaha papa chef, peneliti memutuskan untuk menggunakan strategi pemasaran *promotion mix*. Penerapan strategi tersebut bertujuan untuk menarik perhatian konsumen serta mengenalkan usaha tersebut kepada konsumen. Sehingga akan menghasilkan meningkatkan penjualan dan omzet papa chef.

Terdapat beberapa strategi promosi yang dapat digunakan oleh papa chef dalam usaha untuk menamban jumlah konsumen yang datang. penggunaan strategi promosi seperti penyebaran brosur, memasukan usaha kedalam aplikasi *google map*, dan mengurus akun media sosial (*advertising*). *Sales promotion* yang berupa metode pembelian "5 gratis 1" juga akan digunakan untuk mempromosikan papa chef. Kurangnya strategi promosi yang dilakukan oleh papa chef menyebabkan omzet perusahaan yang stagnan. Papa chef membutuhkan strategi promosi yang baik agar dapat mengembangkan

usaha tersebut menjadi lebih baik. kondisi tersebut membuat peneliti ingin untuk melaksanakan kerja praktek berjudul “**penerapan *promotion mix* pada usaha papa chef**”.

1.2 Ruang Lingkup Proyek

Kerja praktek di papa chef melingkup perancangan strategi promosi menggunakan aspek aspek *promotion mix* seperti; *advertising* dan *sales promotion*. Diharapkan rancangan ini dapat meningkatkan jumlah konsumen yang datang dan omzet papa chef.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan utama pelaksanaan proyek di papa chef adalah berikut:

1. Mengenalkan usaha papa chef kepada masyarakat batam menggunakan brosur yang akan dibagikan ke beberapa lokasi.
2. Menerapkan strategi promosi yang tepat yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan papa chef
3. Menolong papa chef untuk menaikkan omzet sebesar 10% per bulannya
- 4.

1.4 Luaran Proyek

Luaran proyek ini adalah menerapkan strategi *promotion mix* kepada papa chef seperti *sales promotion*, *advertising*, dan *direct marketing*. Strategi tersebut akan diterapkan kepada papa chef menggunakan metode berikut:

1. pembuatan brosur papa chef yang kemudian disebarakan bertujuan untuk meningkatkan keberadaan papa chef dan promosi yang ditawarkan.
2. mengolah media sosial yang dimiliki oleh papa chef untuk mempromosikan produk produk yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, sosial media dapat digunakan untuk

mempererat hubungan antara papa chef dengan konsumen lama maupun baru.

3. Memasukan papa chef kedalam aplikasi *google map* agar konsumen lebih mudah mencari papa chef.
4. Melakukan kegiatan promosi "beli 5 gratis 1" untuk memancing calon konsumen untuk datang ke papa chef.
5. Memberikan insentif kepada pelanggan untuk mengikuti/menyukai, mengomentari, dan membagi akun social media papachef.

1.5 Manfaat Proyek

Peneliti mengharapkan proyek ini dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak berikut ini:

1. pihak Penulis

memberikan pengetahuan kepada penulis mengenai dampak penerapan *promotion mix* pada usaha papa chef. Penulis juga mendapatkan pengetahuan mengenai operasional sebuah usaha.

2. Pihak pemilik

Peneliti mengharapkan penerapan *promotion mix* pada usaha papa chef dapat meningkatkan omzet penjualan yang disebabkan oleh kurangnya pelanggan. Selain itu, peneliti juga mengharapkan pihak papa chef dapat mengembangkan strategi promosi usahanya menggunakan proyek ini sebagai batu pijakan pertamanya. Pihak papa chef juga diharapkan mendapatkan ilmu mengenai strategi promosi.

3. Bagi Pelaku Usaha

Adanya analisis yang dilakukan pada kerja praktek ini dapat memberikan gambaran rancangan dan penerapan sistem bauran promosi pada para pelaku usaha lainnya.

1.6 sistematika pembahasan

Pembagian laporan kerja praktek ini menjadi beberapa bab bertujuan untuk mempermudah pembahasan kerja praktek, pembagian kerja praktek ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan usaha, ruang lingkup penulisan, tujuan penulisan, luaran penulisan, manfaat proyek, dan sistematik penulisan. Bab ini merupakan gambaran umum laporan ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Teori pemasaran dan *promotion mix* merupakan hal yang dibahas pada bab ini. Bab ini juga akan membahas penelitian terdahulu dan materi yang akan digunakan sebagai referensi penelitian ini.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini akan mengurai profil perusahaan secara seluruh. Mulai dari lokasi, struktur organisasi, sistem yang pernah digunakan, dan kegiatan operasional papa chef.

BAB IV : METODOLOGI

Pada bab ini, pembahasan mengenai rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, proses rancangan, tahapan dan jadwal pelaksanaan akan dibahas.

BAB V : ANALISA DATA DAN PERANCANGAN

Dalam Bab ini akan menjelaskan mengenai analisis data yang berasal dari observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis.

BAB VI : IMPLEMENTASI

Bab ini menjelaskan bagaimana hasil dari pengimplementasian strategi yang pada usaha papa chef dan *feedback* yang didapat dari pemilik usaha

BAB VII : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan mengenai kesimpulan dari hasil proyek ini. Bab ini juga akan menjelaskan saran untuk papa chef yang bermanfaat di masa depan.