

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan perdagangan merupakan suatu aktivitas ekonomi yang sering dijumpai pada setiap rutinitas kehidupan sehari-hari. Dalam aktivitas ini, terdapat 2 (dua) peran yang mendasar, yaitu Pembeli dan Penjual (Pelaku Usaha). Pembeli yang kita ketahui adalah seseorang konsumen yang mengonsumsi suatu produk atau jasa yang telah ditawarkan oleh pelaku usaha. Selain itu penjual atau pelaku usaha adalah seseorang yang menawarkan suatu produk atau jasa kepada pembeli atau konsumen. Suatu produk atau jasa yang ditawarkan dari seorang penjual tentunya akan menawarkan kualitas yang bagus agar kebutuhan dari seorang pembeli terpenuhi dengan baik.

Semakin maraknya kegiatan perdagangan mendorong setiap pelaku usaha agar dapat menciptakan loyalitas konsumen ataupun mempertahankan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen merupakan suatu perilaku konsumen yang secara terus-menerus dan tanpa adanya paksaan dari unsur manapun untuk dapat menggunakan suatu produk atau jasa. Griffin (2010), mengemukakan pendapat bahwa dengan menciptakan dan mempertahankan loyalitas konsumen maka akan memberikan keuntungan bagi pelaku usaha yang meliputi : penghematan biaya pemasaran, sirkus penjualan yang lurus, memperluas pangsa pasar, sistem rekomendasi dari loyalitas konsumen kepada orang lain dengan cari mulut ke mulut memberikan dampak kepercayaan atau tagline bagi konsumen.

Oleh karena itu, suatu pondasi yang harus dibentuk oleh seorang pelaku usaha adalah strategi pemasaran untuk dapat menciptakan suatu loyalitas konsumen dan dapat bertahan di kerumunan kompetitor. Griffin (2008), pemasaran adalah suatu rangkuman yang telah disusun untuk mengoperasikan penyediaan produk, taksiran harga, promosi dan penguasaan inspirasi. Pemasaran sendiri merupakan suatu kata yang luas dan masih terdapat perincian lebih rinci tentang pemasaran itu sendiri. Menurut Alma (2007), bauran pemasaran merupakan suatu strategi yang berkontribusi kegiatan pemasaran atau *marketing* sehingga mencapai tujuan maksimal yang dapat memberikan suatu kepuasan kepada konsumen.

Terdapat empat elemen yang menjadi tindakan utama pemasaran atau marketing mix dengan sebutan 4P yaitu : *Product, Price, Place* dan *Promotion*. Perincian dari teori ini adalah, *Product* merupakan suatu item yang ditawarkan kepada konsumen. *Price*, penerapan suatu harga pada produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. *Place*, pemilihan tempat yang strategis untuk menjalankan kegiatan usaha. Terakhir adalah *Promotion*, perancangan suatu pemasaran untuk memberikan informasi tentang pelayanan produk dan jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen.

Comfy Laundry merupakan salah satu usaha laundry yang berada di Perumahan Windsor Park Blok A No. 5, Kota Batam dan telah berdiri sejak tanggal, 9 September 2018 dibawah naungan Pak David. Target usaha laundry ini akan melayani kebutuhan laundry bagi masyarakat yang tinggal sekitar, masyarakat yang tinggal di kost dan rumah susun di daerah tersebut. Upaya penargetan tersebut menawarkan jasa yang sesuai kebutuhan kantong masyarakat daerah tersebut. Dengan harga Rp. 6000,- /KG dan kualitas pelayanan yang memuaskan sesuai kebutuhan warga. Lokasi yang terletak berdekatan dengan tempat tinggal (perumahan) warga membuat usaha ini tergolong mendatangkan hasil yang lumayan bagi pemilik, sehingga muncul pesaing dengan kegiatan usaha yang sama di sekitar daerah tersebut. Dari hasil penelitian, terdapat 9 usaha laundry yang terletak berdekatan di Komplek perumahan Windsor Park Blok A No. 5 Kota Batam.

Kegiatan penelitian ini dilakukan secara langsung oleh penulis dengan melakukan *survey area* dan wawancara secara langsung terhadap pemilik usaha. Dari hasil *survey area* dan wawancara tersebut, penulis berhasil menemukan bahwa omset perbulan usaha laundry milik Pak David tersebut masih tergolong rendah dan karyawan yang harus menerima gaji dibawah Upah Minimum Kerja (UMK). Berikut adalah omset dari bulan Juni sampai bulan Oktober :

Tabel 1.1
Omset Bulanan
Juni – Oktober 2019

Bulan	Omset (Laba Kotor)
Juni	Rp. 10.500.000
Juli	Rp. 9.530.000
Agustus	Rp. 9.234.000
September	Rp. 8.350.500
Oktober	Rp. 8.132.000

Sumber : Pencatatan laporan omset usaha Comfy laundry (2019)

Selain itu, penulis juga menemukan bahwa terdapat *fixed cost* (Pengeluaran tetap) dimana menjadi beban pengeluaran tiap bulan yang harus dibayar oleh pemilik usaha. Berikut adalah salah satu *fixed cost* (Pengeluaran tetap) pada bulan Juni 2019 :

Tabel 1.2
Pengeluaran Tetap (Fixed Cost)
Bulan Juni 2019

Beban	Total Beban
Sewa Rumah	Rp. 3.000.000
Karyawan	Rp. 1.200.000
Beban Listrik (Juni)	Rp. 980.000
Beban Air (Juni)	Rp. 590.000
Subtotal	Rp. 5.770.000

Sumber : Pencatatan laporan pengeluaran usaha Comfy Laundry bulan Mei (2019).

Oleh karena itu, dari hasil penelitian dan wawancara secara langsung terhadap pemilik usaha, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa usaha Comfy Laundry memerlukan sistem promosi yang teratur sehingga dapat menarik minat konsumen untuk memakai jasa tersebut. Rangkuman secara rinci akan diuraikan

melalui proyek kerja praktek dengan topik “**Perancangan dan Implementasi Promotion Mix pada Comfy Laundry**”.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pembahasan akan menguraikan gambaran berupa strategi *marketing mix* berupa prosedur 4P (*Product, Place, Price, Promotion*) dan gambaran strategi untuk perancangan *Promotion Mix*. Perencanaan dan implementasi strategi *promotion mix* terhadap usaha Comfy Laundry, sehingga dapat mencapai tujuan peningkatan omset perbulan.

1.3 Tujuan Proyek

Berikut merupakan uraian tujuan dilakukan proyek kerja :

- a. Untuk menganalisa bagaimana penerapan pemasaran Comfy Laundry.
- b. Untuk mencari solusi yang dapat dilakukan oleh Comfy Laundry terhadap rendahnya profit dengan merancang dan mengimplementasi *Promotion Mix* agar omset bulanan dapat meningkat sebanyak 30% dari sebelumnya.
- c. Untuk dapat memberikan gaji karyawan setidaknya minimal UMK di Kota Batam.

1.4 Luaran Proyek

Penulis memberikan bantuan kerja berupa jasa yang berkaitan dengan sistem pemasaran yaitu mempromosikan Comfy Laundry kepada para konsumen.

Oleh karena itu, penulis merancang dan mengimplementasi *promotion mix* yang dapat diterapkan oleh Comfy Laundry untuk strategi pencapaian output berikut ini :

- a. Membuat media promosi berupa reklame brosur. Teknik pemasaran melalui reklame brosur dilakukan agar dapat memberikan informasi layanan dari Comfy Laundry secara langsung kepada masyarakat.
- b. Membantu pemilik usaha merancang dan mengimplementasikan jasa layanan berupa sistem antar jemput dengan syarat ketentuan minimal 5kg

yang dapat menjadikan salah satu keunggulan untuk menarik perhatian konsumen.

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat yang didapatkan dari Kerja Praktek ini, yaitu :

a. Bagi Pemilik Usaha

Untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan peningkatan profit dengan memberikan strategi pemasaran berupa *promotion mix* sebagai acuan untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

b. Bagi Konsumen

Untuk memberikan tawaran dan pelayanan yang baik sesuai kebutuhan masyarakat. Serta memberikan pengalaman terbaik dalam menikmati jasa.

1.6 Sistematika Penulisan

Komponen dari pembahasan ini adalah menguraikan prosedur pembahasan mengenai tahapan kerja praktek yang telah dirangkum dengan singkat dan tepat pada tujuan pembahasan.

a. Tahap Persiapan

Langkah pertama dalam kegiatan kerja praktek adalah menyusun akar kegiatan sebagai pemulaan proyek. Pemulaan proyek dalam kegiatan kerja praktek ini adalah dengan meluncur langsung ke lapangan yang telah diatur waktu pengunjungannya di bulan Desember 2019. Kegiatan survey langsung dilakukan di lokasi area proyek dan kemudian melakukan eksekusi pertama dengan melihat langsung situasi yang terjadi di area proyek serta berkomunikasi langsung dengan pemilik usaha mengenai alur kegiatan usaha Comfy Laundry yang meliputi awal berdirinya usaha, jenis usaha, kegiatan-kegiatan perusahaan serta permasalahan yang ada pada perusahaan tersebut. Dengan proses wawancara langsung terhadap pemilik usaha, izin setempat agar dapat melakukan kegiatan kerja praktek langsung ditujukan kepada pemilik usaha. Setelah proses perizinan dengan pemilik usaha tersebut, persiapan selanjutnya adalah mengesekusi tema dan kegiatan dan dirangkum menjadi sebuah proposal kerja praktek. Dalam

melakukan penyusunan proposal kerja praktek membutuhkan beberapa data sehingga penulis harus mengumpulkan data-data yang digunakan dalam pembuatan proposal tersebut.

b. Tahap Pelaksanaan

Langkah kedua adalah tahap pelaksanaan atau eksekusi langsung di lapangan. Agenda tahap pelaksanaan kegiatan kerja praktek adalah dengan mengaplikasikan proposal yang kemudian disetujui oleh dosen pembimbing dan kepala prodi. Eksekusi selanjutnya adalah dengan melakukan observasi dan mengumpulkan informasi untuk melakukan penerapan *promotion mix* pada Comfy Laundry. Setelah informasi yang diterima, langkah berikutnya adalah merancang strategi *promotion mix* dan kemudian akan diimplementasikan pada tahap akhir pelaksanaan.

c. Tahap Penilaian dan Pelaporan

Setelah eksekusi kegiatan proyek, tahap selanjutnya adalah dengan menyusun rangkuman kegiatan dalam satu laporan kerja praktek. Sistematis penyusunan laporan kerja praktek ini meliputi tujuh bagian bab yang telah dipilah sesuai tema pembahasan. Penilaian mengenai proses kegiatan kerja praktek akan dilakukan setelah finalisasi laporan kerja praktek oleh Pemilik Usaha dan Dosen Pembimbing. Penilaian dari Dosen Pembimbing meliputi penilaian dari kunjungan ke tempat berlangsungnya kegiatan kerja praktek dan penilaian mengenai berhasilnya sistem baru yang telah dirancngn dan telah diterapkan pada akhrit kegiatan di Comfy Laundry.

1.7 Jadwal Kerja

Jenis Kegiatan	Desember				Januari			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Penetapan Tujuan	■	■						
Survey dan Studi Pustaka		■	■					
Identifikasi Masalah			■	■				
Penyelesaian Masalah				■	■	■	■	
Pengimplementasian					■	■	■	
Penyusunan Laporan							■	■