

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini dunia usaha telah memasuki era globalisasi, dimana semua orang dapat dengan mudah dan bebas memasuki pasar yang di inginkan tanpa memiliki batasan lagi. Kondisi seperti ini membuat setiap bidang usaha harus mampu mengembangkan usahanya. Perusahaan juga harus menetapkan secara jelas bidang atau kegiatan usaha apa yang akan dijalankan dan pihak mana saja yang menjadi sasarannya, karena pada era globalisasi ini menyebabkan tingginya tingkat persaingan bisnis.

Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat di kota Batam membuat banyaknya persaingan di dunia bisnis dan mendorong para pengusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produknya agar produk yang ditawarkan dapat di jangkau dan diterima dengan baik oleh konsumen dengan harapan mendapatkan timbal balik yang positif agar mendapatkan pelanggan tetap.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting yang dapat mempengaruhi kelancaran atau keberhasilan suatu usaha. sehingga perusahaan harus mengetahui strategi pemasaran apa yang tepat untuk memasarkan produk yang ingin di pasarkan. Penerapan strategi pemasaran yang tepat maka produk yang akan ditawarkan lebih mudah diterima oleh calon konsumen

Baron's Barbershop adalah UMKM yang bergerak di bidang jasa yaitu pengelolaan pangkas rambut pria.. Pada awal tahun 2016 sampai dengan juli 2019 banyak sekali kendala dan keluhan yang dari pemilik usaha Baron's barbershop ini salah satunya omset atau penghasilan yang didapatkan masih diangka yang minim dan belum mengalami perubahan atau kenaikan

Strategi promosi yang selama ini di lakukan Baron's Barbershop hanya menghandalkan informasi dari mulut ke mulut sehingga strategi promosi yang dijalankan oleh Baron's Barbershop tergolong belum maksimal. Bahkan Baron's Barbershop tidak memiliki papan nama pada tempat usahanya padahal tempat usaha yang dijalankannya sangat strategis karena dekat dengan pasar dan banyaknya perumahan. selain itu Baron's Barbershop tidak memanfaatkan

perkembangan teknologi pada saat ini, seperti sosial media, dimana pada era ini penggunaan sosial media di semua kalangan semakin meningkat hal ini dapat mempermudah Baron's Barbershop melakukan promosi dengan menggunakan media sosial.

sehingga untuk meningkatkan omset dan penghasilan Baron's Barbershop di butuhkan strategi pemasaran yang tepat. Dari hasil observasi penulis menemukan permasalahan dalam strategi pemasaran. Adapula kegiatan yang dapat dilakukan penulis dalam membantu usaha ini seperti, penggunaan spanduk, brosur, dan memanfaatkan media sosial. strategi promosi yang diterapkan pada Baron's Barbershop akan penulis sampaikan dalam penyusunan laporan kerja praktek dengan judul **“Perancangan dan Penerapan Strategi Promotion Mix pada Baron's Barbershop”**.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari pembahasan laporan ini terfokus pada perancangan strategi *promotion mix* yang tepat untuk Baron's Barbershop dengan tujuan dapat meningkatkan pendapatan dan juga mendapatkan pelanggan baru. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penulis mendapatkan masalah masalah yang dapat di kaji dalam penelitian iniyang di rumuskan sebagai berikut:

- a. Merancang strategi *promotion mix* yang tepat untuk Baron's Barbershop untk meningkatkan penghasilan dan jumlah pelanggan baru,
- b. Mengimplemetasikan stretegi *promotion mix* yang telah dirancang kepada Baron's Barbershop.

1.3 Tujuan Proyek

Terdapat tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan praktek kerja ini berlangsung yaitu :

1. Merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk Baron's Barbershop agar Baron's Barbersop dapat di ketahui oleh banyak orang.
2. Meningkatkan penghasilan atau omset Baron's Barbershop.
3. Meningkatkan jumlah pelanggan serta menjalin hubungan yang baik dengan harapan mendapatkan pelanggan yang loyalitas

1.4 Luaran Proyek

Penulis merancang serta menerapkan strategi promosi yang tepat pada Baron's Barbeshop untuk meningkatkan jumlah penghasilan dan juga meningkatkan jumlah pelanggan baru. dengan cara :

1. *Advertising*: membuat spanduk yang menarik serta memasang spanduk dan membagikan brosur di lokasi sekitaran Baron's Barbeshop.
2. *Sales Promotion* : memberikan kartu stam kepada pelanggan dimana dapat dikumpulkan jumlah stam untuk mendapatkan 1 layanan pangkas gratis

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat yang diperoleh, yaitu:

1. Pemilik Unit Usaha / UMKM
 - a. Meningkatnya jumlah pendapatan atau omset
 - b. Meningkatnya jumlah pelanggan baru.
 - c. Mendapatkan pelanggan pelanggan yang loyalitas.
2. Bagi Mahasiswa
Penulis ikut berperan langsung dalam penerapan praktek kerja nyata di lapangan dengan pengetahuan yang di dapatkan di perkuliahan. mahasiswa mendapatkan pengetahuan bagaimana cara mengelola UMKM barbershop dan mengetahui strategi pemasaran yang tepat yang dapat di terapkan.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan menampilkan garis garis besar berupa isi dan pembahasan yang terdapat pada setiap bab. Seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek, dan manfaat proyek.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam tinjauan putaka terdapat teori yang berhubungan dengan teori pendukung yang digunakan dalam pembahasan laporan praktek kerja pada Baron's Barbershop

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini meminformasikan identitas perusahaan, struktur organisasi, aktivitas dan system yang sedang dijalankan oleh perusahaan

BAB IV METODOLOGI

Pada bab ini menjelaskan perancangan system yang akan diterapkan untuk menyelesaikan permasalahan dari penelitian, penerapan system, dan jadwal kerja pelaksanaan sampai dengan proyek selesai,

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Terdapat penjelasan mengenai analisa data dari penelitian dan perancangan system serta kendala dalam mengimplementasikan system yang telah dirancang

BAB VI IMPLEMENTASI

Membahas proses atau tahap implementasi system yang telah dirancang dan umpan balik yang didapatkan dari hasil perancangan.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dan saran mengenai rangkaian kerja praktek dan hasil pengimplementasian strategi Promotion Mix pada UMKM.

