

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peternakan adalah salah satu pembangunan nasional yang bertujuan dalam memberikan kuota pangan hewani baik berupa daging, telur maupun susu yang memiliki nilai gizi tinggi, serta guna untuk mensejahterakan peternak dengan meningkatkan profit peternak serta dapat memberikan tambahan devisa Negara dan memperluas lapangan pekerjaan (Fitriana, dkk., 2012). Pembangunan peternakan ditujukan dalam mengimprovisasikan mutu dari produksi peternakan, pendapatan atau profit serta memberikan kesempatan kerja yang lebih luas, dan paling utama memberikan kesempatan untuk warga pedesaan (Hoddi, dkk., 2011). Masa yang akan datang, peternakan diharapkan dapat menunjang pembangunan perekonomian bangsa (Saragih, 2000).

Keberhasilan dari usaha peternakan tidak terlepas 3 faktor yang mempengaruhinya yaitu pengadaan bibit unggul, terpenuhinya keinginan pakan dan pengaturan dalam ternak yang baik. Factor-faktor tersebut adalah kestuan sistem yang tidak dapat dipisahkan atau dipenuhi secara terpisah, dikarenakan apabila ada satu factor yang terabaikan, maka tidak dapat memberikan hasil yang maksimal bagi usaha ini. Pakan merupakan kunci sukses dalam produktivitas ayam, oleh sebab itu pakan dengan kualitas yang baik dan jumlah yang teratur harus selalu di perhatikan. Biaya pembelian pakan adalah pengeluaran paling besar yaitu mencapai 60-70% dari biaya total peternakan (Anggitasari, dkk., 2016).

Perkembangan zaman yang begitu cepat, sehingga usaha penjualan pakan ayam menjadi salah satu usaha yang cukup diminati di Kota Batam karena berbanding lurus dengan jumlah peternakan ayam yang semakin banyak di Kota Batam serta sifat konsumsif dari masyarakat Batam. Adanya sifat konsumsif dari masyarakat Kota Batam terhadap daging ayam serta peningkatan jumlah peternakan ayam. Oleh sebab itu, para pelaku usaha melihat adanya kesempatan dibidang penjual pakan ayam dan menggunakan peluang tersebut untuk melakukan usaha. Tujuan awal dari sebuah perusahaan melakukan bisnisnya

adalah untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Tetapi, dalam perjalanan mencapai tujuan tersebut, dibutuhkan teknik pemasaran yang baik agar mendatangkan keuntungan maksimal.

Toko Mitra Unggas merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang penjualan pakan ayam dimana lokasi toko tersebut terletak di Ruko Buana Mas II No.27, Tembesi Batu Aji. Toko Mitra Unggas didirikan pada tahun 2013 oleh Ibu Lisa. Toko ini memperkerjakan sebanyak 6 orang karyawan, yaitu sebanyak 1 orang mengambil posisi kasir dan sebanyak 5 orang lainnya bagian untuk mengangkut barang. Toko Mitra Unggas beroperasi dari hari senin sampai hari sabtu dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB, sedangkan pada hari minggu toko tersebut tidak beroperasi. Rata-rata omset perusahaan sebesar Rp 400.000.000 per tahun.

Pada saat ini banyaknya peternakan ayam di Batam dan Toko Mitra Unggas berperan penting dalam perjalanan penjualan pakan ayam tersebut. Tetapi, banyaknya toko yang mirip dengan Mitra Unggas di Batam semakin lama semakin banyak sehingga timbulnya persaingan yang berat bagi para pengusaha pakan ayam. Salah satunya adalah Toko Mitra Unggas. Dalam 2 tahun belakangan ini, pendapatan Toko Mitra Unggas menurun sekitar 30-40% dari tahun-tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan banyaknya toko pakan ternak yang mulai buka di Batam sehingga perlahan pelanggan mulai berpindah ke tempat lain karena adanya perbedaan harga produk. Karena jumlah pendapatan dan jumlah pelanggan yang berkurang, maka akan dilakukan penerapan promotion mix pada toko ini untuk membantu meningkatkan penjualan dan juga meningkatkan kunjungan pelanggan pada Toko Mitra Unggas.

Dapat dilihat dari 4P (*product, price, place, promotion*), usaha Toko Mitra Unggas ini memiliki *product* berupa dedak padi, pollard, jagung, dan lain sebagainya. Produk tersebut menyatakan *price* berkisar dari harga Rp. 250.000,- sampai dengan Rp. 400.000,- per sak. Terakhir yaitu, *Place* yang digunakan untuk lokasi berjualan berlokasi di Ruko Buana Mas II No.27, Tembesi Batu Aji. *Promotion* yang diterapkan Toko Mitra Unggas ini sangat minim yaitu secara lisan saja dengan tetap mempertahankan pelanggan yang telah ada dan promosi dilakukan secara lisan dari mulut ke mulut pelanggan saja.

Universitas Internasional Batam

Berdasarkan observasi latar belakang usaha Toko Mitra Unggas ini, penulis berpendapat bahwa diperlukannya penerapan *promotion mix* yang bertujuan untuk mengdongkrak profit penjualan dan guna mendapatkan loyalitas konsumen. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, peneliti berencana untuk melakukan penerapan “*public relation, advertising, personal selling, sales promotion*” terhadap kendala yang dihadapi oleh Toko Mitra Unggas yang akan di tuangkan kedalam tulisan penelitian Kerja Praktek berjudul “**Penerapan Promotion Mix Pada Toko Mitra Unggas**”

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam laporan kerja praktek ini dibatasi dengan membahas tentang perancangan dan penerapan atas sistem pembauran promosi (*promosi mix*) dengan cara berupa advertising dan direct marketing pada Toko Mitra Unggas.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan dari penulisan Kerja Praktek adalah penulis melakukan bantuan kerja kepada pelaku usaha yang berprospek untuk menaikkan keuntungan sebesar 15% dari periode terdahulu pada Toko Mitra Unggas. Selain itu bantuan kerja ini juga diharapkan dapat meningkatkan kunjungan konsumen ke Toko Mitra Unggas serta membuat konsumen menjadi loyal kepada Toko Mitra Unggas.

1.4 Luaran Proyek

Hasil penelitian analisis pembauran promosi terhadap usaha Toko Mitra Unggas akan menghasilkan *output* dalam peningkatan penjualan dan pemasaran berupa:

1. Melakukan pemasangan spanduk yang diposisikan di daerah yang ramai akan masyarakat agar lebih mudah mengetahui akan adanya Toko Mitra Unggas ini.
2. Membuat media promosi melalui direct marketing.pemasaran secara online dengan menggunakan media social seperti Instagram dengan tujuan memberikan kemudahan Toko Mitra Unggas dalam memberikan promosi produknya kepada khalayak luas dengan cara melakukan pengunggahan

kedalam media tersebut dengan penjelasan yang cukup singkat tetapi dapat menarik minat konsumen.

3. Memberikan bantuan kerja kepada pelaku usaha dengan mencanangkan dan melakukan implementasi terhadap program loyalty. Program loyalty ini dilakukan dengan memberikan kartu membership kepada konsumen yang berbelanja minimal Rp 8.000.000 per bulan.

1.5 Manfaat Proyek

1. Bagi perusahaan
Memberikan wawasan kepada UMKM serta memberikan pedoman atas *promotion mix* kepada Toko Mitra Unggas dalam melakukan kegiatan usaha dalam prospektif meningkatkan profit dengan cara pemasaran.
2. Bagi konsumen
Memberikan wawasan tentang produk dan promosi yang diterapkan oleh Toko Mitra Unggas, selain sebagai pedoman untuk mengetahui Toko Mitra Unggas juga berguna dalam mendapatkan wawasan atas sistem pemasaran barang dan jasa.
3. Bagi akademis
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman mahasiswa/i kedepannya yang akan melakukan penelitian yang memiliki kaitannya dengan *promotion mix*. Selain itu dapat digunakan sebagai bacaan untuk meningkatkan pengetahuan seputar pemasaran produk dan jasa.

1.6 Sistematika Pembahasan

Kerja praktek ini memiliki sistematika pembahasan yang terbagi dalam 7 bagian dengan setiap bagian membahas suatu topic dari penelitian ini juga agar supaya pembaca lebih mudah dalam memahaminya apabila penulisan dilakukan secara sistematika sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Bagian ini memberikan latar belakang penulis dalam menulis atau meneliti objek penelitian ini serta membatasi pembahasan dengan ruang lingkup penelitian. Selain itu, Bab ini juga mengulas

Universitas Internasional Batam

tentang tujuan dan manfaat dari kerja praktek yang dilakukan penulis.

BAB II :TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini membahas tentang pengertian, tujuan, dasar-dasar, informasi-informasi yang mendukung akan hasil praktik dari proyek ini. Dengan informasi dan pengetahuan yang relevan, maka penulis menggunakan informasi tersebut untuk melakukan implementasi ke dalam objek penelitian.

BAB III :GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bagian ini membahas tentang sejarah dari objek penelitian serta struktur organisasi objek penelitian, identitas dan aktifitasnya yang sedang atau sudah dilakukan oleh perusahaan

BAB IV :METODOLOGI

Bagian ini membahas tentang teknik penulis dalam melakukan penulisan proyek ini, seperti teknik dalam pengumpulan data, langkah demi langkah dalam implementasi proyek, serta prose dalam mencanangkan sebuah ide ke dalam sistem.

BAB V :ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas akan hasil dari pengumpulan data oleh penulis baik secara studi kepustakaan, wawancara, observasi maupun kuesioner.

BAB VI :IMPLEMENTASI

Bagian ini membahas tentang sistematikan penulis dalam melakukan implementasi proyek tersebut serta umpan balik dan kendala dalam melakukan implementasi di perusahaan tersebut.

BAB VII :KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini membuat kesimpulan dari awal mula kegiatan kerja praktek ini dimulai sampai dengan berakhir serta memberikan saran kepada pelaku usaha akan kegiatan usaha yang dijalankannya.