

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era saat ini, pemenuhan kebutuhan tidak hanya berupa makanan dan pakaian yang layak, akan tetapi tempat tinggal yang nyaman juga menjadi salah satu kebutuhan pokok. Rasa lelah setelah seharian bekerja membuat kita ingin beristirahat dengan nyaman, kondisi ini membuat masyarakat cenderung mengubah gaya hidup yang tadinya puas dengan kipas angin beralih ke teknologi yang lebih canggih seperti AC. Hal ini didukung dengan iklim tropis yang ada di Indonesia.

Banyaknya kebutuhan akan penggunaan AC membuat banyak orang membuka usaha untuk menjual produk tersebut maupun menjual jasa service. Dengan dibukanya usaha tersebut maka tidak menutup kemungkinan untung yang didapat besar karena peminatnya yang sangat banyak terlebih rata-rata masyarakat telah menggunakan AC.

Pada awal usaha rata-rata masih menunjukkan keuntungan, namun seiring berjalannya waktu dan mulai banyaknya kompetitor yang ada membuat keuntungan perusahaan menurun. Selain harus tetap mempertahankan pelanggan yang ada, perusahaan juga harus meningkatkan kualitas pelayanan baik dari segi pemasaran maupun penanganan service.

Adanya banyak kompetitor, membuat perusahaan harus lebih memiliki banyak cara agar penjualannya dapat meningkat yaitu dengan mempromosikan produk atau jasa yang dijualnya. Dengan begitu penulis dapat membantu masalah dengan cara mempromosikannya melalui akun sosial media seperti instagram, serta memberikan promo yang menarik sehingga masyarakat lebih tertarik untuk membelinya. Mengenai masalah yang

1.2 Ruang Lingkup

Ruang Lingkup pada kerja praktek ini yaitu menciptakan promosi (*Promotion Mix*) yang menarik seperti memberikan informasi-informasi mengenai jasa-jasa yang ditawarkan oleh CV. Tri Putra Mandiri melalui sosial media seperti instagram, serta memberikan promo harga, sehingga calon pelanggan tertarik

untuk menggunakan jasa CV. Tri Putra Mandiri. Promosi ini dilakukan guna untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan calon konsumen. Berdasarkan masalah yang ada, penulis menyimpulkan bahwa ada beberapa masalah utama yaitu:

1. Bagaimanakah strategi *promotion mix* yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk maupun jasa pada CV. Tri Putra Mandiri ?
2. Bagaimanakah strategi *promotion mix* yang tepat untuk meningkatkan jumlah pelanggan di CV. Tri Putra Mandiri ?
3. Bagaimanakah strategi *promotion mix* dapat meningkatkan profit di CV. Tri Putra Mandiri ?

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan yang terdapat dalam kerja praktek yakni menerapkan sistem *Promotion Mix* dengan harapan:

1. Dapat meningkatkan pendapatan dan meningkatkan jumlah pelanggan serta mendapatkan kepercayaan terhadap jasa yang diberikan yang dapat diterapkan dalam jangka waktu yang panjang. Sehingga pelanggan akan terus mempercayakan urusan AC dan menjadi langganan dengan CV. Tri Putra Mandiri.
2. Target dalam perancangan dalam kerja praktek ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen dan profit sebanyak 10-15% pada CV. Tri Putra Mandiri.

1.4 Luaran Proyek

Luaran dari kerja praktek ini, menciptakan serangkaian *Promotion Mix* untuk membantu meningkatkan profit penjualan dan meningkatkan jumlah konsumen untuk waktu kedepan:

- a. Pembuatan akun sosial media seperti instagram sebagai salah satu sarana untuk mempromosikan jasa yang ditawarkan. Serta memberikan informasi bahwa jasa perusahaan ini telah banyak digunakan oleh perusahaan besar seperti Bandar Udara Hang Nadim Batam maupun perorangan.
- b. Memberikan potongan harga kepada konsumen yang telah

menggunakan jasa berulang kali. Contoh apabila telah menggunakan jasa sebanyak 5 kali, maka berikutnya ada pemberian gratis 1 kali cuci, berlaku kelipatan.

- c. Sales Promotion, melakukan penetapan periode kapan akan melakukan diskon serta berbagai promosi yang akan dilakukan. Seperti hari-hari besar (Hari Raya dan Tahun Baru) akan diberlakukan diskon sampai dengan 15%.

1.5 Manfaat Proyek

Adapun manfaat proyek yang dilakukan, yaitu:

1. Bagi Penulis

Pada kegiatan ini, penulis dapat merasakan lingkungan kerja secara nyata, mendapatkan pengalaman teori pada masalah secara nyata, meningkatkan kemampuan berkomunikasi, dan meningkatkan keterampilan membangun relasi dan bekerja sama.

2. Bagi Perusahaan

Pada kegiatan ini, perusahaan akan mendapatkan tambahan omset dikarenakan promosi yang telah dilakukan membuat masyarakat lebih tau keberadaan CV serta jasa apa yang ditawarkan, dan tertarik untuk mencobanya.

1.6 Sistematika Pembahasan

Upaya mengetahui isi laporan ini, maka sistematika pembahasan penulis mengurutkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang masalah, ruang lingkup dari perusahaan itu sendiri, tujuannya dilakukan proyek pada perusahaan, luaran proyek, serta manfaat proyek yang akan dirasakan oleh perusahaan maupun penulis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan tinjauan pustaka dari para ahli mengenai promosi yang dilakukan. Seperti pengertian, tujuan, serta variabel yang terdapat pada promosi.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Membahas mengenai gambaran umum perusahaan, yakni identitas perusahaan, struktur organisasi pada perusahaan, tugas dan tanggung jawab berdasarkan jabatannya.

BAB IV METODOLOGI

Berisi metodologi seperti rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, analisa kondisi perusahaan, identifikasi masalah beserta perumusan masalah dan analisa proses pemasaran.

BAB V ANALISIS DATA PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang bagaimana menganalisa strategi untuk dirancang agar permasalahan dapat dengan tepat teratasi dan meningkatkan pelayanan yang diberikan.

BAB VI IMPLEMENTASI

Mencakup proses yang diimplementasikan pada perusahaan, seperti apa saja yang dilakukan sesuai dengan strategi yang disusun.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diberikan penulis kepada perusahaan guna membantu meningkatkan penjualan.