

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Batam merupakan kota terbesar di provinsi Kepulauan Riau, Indonesia. Dan juga merupakan bagian dari *Free Trade Zone* dalam Indonesia-Malaysia-Singapore *Growth Triangle*. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batam mengestimasi, Kota Batam memiliki lebih dari 1.300.000 populasi, dan menjadikan Batam sebagai kota terbesar ketiga di daerah Sumatera setelah Medan dan Palembang pada tahun 2019 dan merupakan bagian yang paling dekat dengan Singapura dengan jarak darat minimum 5.8 kilometer.

Dan berdasarkan sensus nasional 2010 Batam merupakan kotamadya dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia dengan pertumbuhan 11% pertahun. Dengan lokasi yang sangat strategis yaitu dekat dengan Singapura dan Malaysia menjadikan Batam sebagai salah satu kota industri yang sangat diincar oleh investor baik dalam ataupun luar negeri.

Hal ini menjadikan Kota Batam sebagai kelebihan sekaligus kekurangan, kelebihanannya yaitu menarik daya investasi dari dalam ataupun luar negeri yang kemudian menjadi lahan untuk pencari kerja. Kekurangannya yaitu produk lokal harus memiliki daya saing yang sangat tinggi untuk bersaing dengan produk domestik dan internasional lainnya mulai dari produk barang hingga jasa.

Jack Barbershop merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa, jasa yang ditawarkan yaitu jasa pangkas/potong rambut baik untuk wanita ataupun pria mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Jack Barbershop sendiri terletak di Sungai Panas dan telah beroperasi dari tahun 2015. Jack Barbershop telah mempekerjakan dua orang karyawan, selain pangkas Jack Barbershop juga melayani pelanggan yang ingin cat rambut dan *smoothing* rambut.

Untuk harga pangkasnya sendiri bervariasi tergantung dari pelayanan yang diinginkan seperti pangkas biasa Rp.20.000.- hingga pangkas tanpa mesin senilai Rp.50.000.- Omset dari Jack Barbershop sendiri berkisar sekitar Rp.15.000.000.- hingga Rp.20.000.000.- perbulannya. Di era globalisasi seperti saat ini, semua orang dapat dengan mudah mencari informasi yang dibutuhkan

bahkan dalam hitungan detik hingga menit saja. Tak jarang pelanggan membandingkan kualitas satu dengan lainnya, dan harga satu dengan harga yang lainnya.

Seperti pada Jack Barbershop yang bergerak di bidang jasa contohnya, merasakan dampak persaingan yang cukup berat di kota Batam, namun di sisi lain kota Batam juga menjadi kota yang banyak diincar oleh para pengusaha karena memiliki lokasi yang sangat strategis dan dapat menarik minat pelanggan domestik hingga internasional.

Jack Barbershop telah beroperasi kurang lebih selama 4 tahun, dan telah memiliki pelanggan tetapnya tersendiri, namun berdasarkan keluhan pemilik usaha bahwa masih banyak pelanggan mereka yang tidak loyal dibandingkan dengan pelanggan tetap, dimana konsumen yang tidak loyal ini tidak secara rutin menggunakan jasa dari Jack Barbershop.

Sebagai contohnya konsumen tidak tetap ini tidak konsisten dengan tempat pangkas yang mereka gunakan dan sering kali berubah-ubah tempat. Seperti yang diungkapkan oleh pemilik Jack Barbershop bahwa ketika rambutnya jelek (dipangkas tidak sesuai dengan keinginan) kemudian mereka kembali ke Jack Barbershop untuk dirapikan kembali. Dengan ini penulis membuat rancangan pemasaran dengan hasil akhir berupa laporan kerja praktek dengan judul **“Penerapan Rancangan Konsep Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen dan Loyalitas Konsumen pada Jack Barbershop”**.

1.2 Ruang Lingkup Proyek

Ruang lingkup dari proyek ini yaitu untuk merancang dan menerapkan konsep pemasaran dan menanamkan loyalitas pada benak konsumen Jack Barbershop dan juga memberikan masukan atau saran terhadap pemilik dan pengelola Jack Barbershop untuk mengembangkan usaha tersebut dan juga membuat serangkaian *promotion mix* untuk membantu pemilik dan pengelola Jack Barbershop mendapat informasi yang dibutuhkan atas keluhan yang dialami saat ini ataupun untuk menjadi informasi tambahan guna untuk meningkatkan usaha yang telah dirintis.

Bentuk rincian yang akan penulis implementasikan:

1. Periklanan; iklan yang digunakan berupa brosur, yaitu selebaran yang berisi informasi-informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan di Jack Barbershop. Penyebaran brosur diberbagai tempat seperti sekitaran wilayah Batam Center, sekolah-sekolah hingga universitas karena sangat cocok dengan pangsa pasar Jack Barbershop dengan harga yang ditawarkan sangat murah yaitu mulai dari Rp.20.000.-
2. *Sales Promotion*; sistem promosi yang dilaksanakan secara langsung atau tatap muka kepada calon konsumen, yaitu menawarkan beberapa paket seperti paket gunting dan produk (*gel* rambut, *wax* rambut dan lain sebagainya), adapun paket gunting dan diwarnai dan juga paket-paket lainnya. Selain paket, saya juga merekomendasikan pengelola Jack Barbershop untuk memberikan tawaran penjualan seperti *reward card* yang berlaku untuk jasa gunting rambut, dimana setiap gunting rambut pelanggan akan mendapatkan satu stempel kemudian jika telah terkumpul sepuluh stempel maka pelanggan berhak mendapatkan satu kali gunting gratis, dengan ini diharapkan pelanggan akan tetap setia gunting di Jack Barbershop dan tidak mudah untuk berpindah ke barbershop lainnya.

1.3 Tujuan Proyek

Penekanan di sini lebih kepada meningkatkan jumlah pelanggan dan juga loyalitas dari pelanggan Jack Barbershop. Dengan adanya *promotion mix* ini maka diharapkan dapat meningkatkan penjualan jasa dan produk pada Jack Barbershop sebesar 15% hingga 25% dalam jangka waktu yang panjang.

1.4 Luaran Proyek

Luaran pada proyek ini berupa penerapan rancangan bauran promosi pada Jack Barbershop. Selama berjalannya proyek ini *output* yang didapat oleh Jack Barbershop yaitu mendapatkan rancangan dan penerapan pemasaran dan juga membangun loyalitas pada pelanggan Jack Barbershop untuk jangka panjang berupa:

1. Periklanan; iklan yang digunakan berupa brosur, yaitu selebaran yang berisi informasi-informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan di Jack Barbershop sehingga masyarakat lebih tahu dan lebih kenal dengan Jack Barbershop. Adapun promosi melalui Instagram, dimana pada Instagram tersebut berisi aktivitas-aktivitas di barbershop, lokasi barbershop dan juga media promosi. Instagram juga berfungsi sebagai media untuk berinteraksi antara pelanggan dengan Jack Barbershop yang diharapkan bisa terus menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.

2. *Sales Promotion*, yaitu menawarkan beberapa paket seperti paket gunting dan produk (*gel* rambut, *wax* rambut dan lain sebagainya), adapun paket gunting dan diwarnai dan juga paket-paket lainnya. Selain paket, saya juga merekomendasikan pengelola Jack Barbershop untuk memberikan tawaran penjualan seperti *reward card* yang berlaku untuk jasa gunting rambut, dimana setiap gunting rambut pelanggan akan mendapatkan satu stempel kemudian jika telah terkumpul sepuluh stempel maka pelanggan berhak mendapatkan satu kali gunting gratis, dengan ini diharapkan pelanggan akan tetap loyal untuk gunting di Jack Barbershop dan tidak mudah untuk berpindah ke barbershop lainnya.

1.5 **Manfaat Proyek.**

1. Bagi Jack Barbershop.
Manfaat dari proyek ini adalah meningkatkan jumlah pelanggan dan loyalitas pelanggan dan juga meningkatkan omzet pada Jack Barbershop. Serta pemilik usaha diharapkan akan mendapatkan pengetahuan serta keterampilan baru untuk mengembangkan usahanya.

2. Bagi Mahasiswa
Mendapatkan pengalaman kerja sehingga bisa dijadikan pembelajaran saat sudah menyandang gelar sarjana. Serta mendapatkan ilmu yang tidak pernah didapatkan semasa kuliah, serta mampu berinteraksi dengan orang lain dan mengetahui sejauh mana kemampuan mahasiswa selama menjalankan proyek.

1.6 Sistematika Pembahasan.

Sistematika pembahasan pada pelaksanaan kerja praktek ini, penulis bagi menjadi beberapa bab, di antaranya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini, berisi tentang latar belakang perusahaan, latar belakang permasalahan, ruang lingkup, tujuan hingga manfaat dari kerja praktek ini dan juga sistematika pembahasan yang digunakan oleh penulis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis memuat landasan teori, temuan dan informasi mengenai *promotion mix* sebagai dasar dari pelaksanaan kerja praktek ini.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini berisi tentang profil dari perusahaan terkait, dan juga memuat tentang sejarah umum dari perusahaan, jam operasional perusahaan dan juga aktivitas-aktivitas diperusahaan termasuk siklus dan organisasi dari perusahaan tersebut.

BAB IV METODOLOGI

Pada bab ini berisi tentang rancangan penulis dalam memecahkan permasalahan pada perusahaan terkait yang sedang dihadapi termasuk pada teknik pengumpulan data melalui metode observasi dan wawancara terhadap pemilik usaha dan proses perancangan, jadwal pelaksanaan hingga tahapan yang akan digunakan.

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran hasil observasi dan perancangan bauran promosi serta memuat tentang rancangan strategi promosi yang akan digunakan.

BAB VI IMPLEMENTASI

Pada bab ini berisi tentang hasil dari pelaksanaan ataupun dari hasil implementasi, serta berisi tentang umpan balik ataupun tanggapan dari hasil implementasi ataupun pelaksanaan pada tempat kerja praktek.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari penulis ataupun dari pelanggan Jack Barbershop. Memuat secara singkat tentang makalah ini dan juga memuat catatan-catatan yang mungkin dapat dipertimbangkan pemilik usaha sebagai poin yang harus diperhatikan untuk mengembangkan usahanya ataupun dapat dijadikan pedoman untuk peneliti berikutnya.