

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Misi dari sebuah perusahaan yaitu mereka ingin membuat perusahaan mereka lebih berkembang dan membuat kemajuan agar bisa mendapatkan keuntungan yang banyak. Cara sebuah perusahaan dalam mengenalkan produk mereka juga menjadi hal yang penting agar perusahaan tersebut bisa lebih berkembang. Mereka harus bisa menjual produk mereka dengan membuat harga dan kualitas yang tinggi agar bisa melawan pesaing-pesaingnya khususnya di bidang pemasaran.

Teknik pemasaran pada zaman sekarang terus mengalami perkembangan karena sudah adanya jaringan telekomunikasi seperti internet. Jadi orang-orang sekarang akan lebih mudah memasarkan produk mereka dan bisa sampai ke seluruh dunia. Jadi teknik pemasaran itu sangat penting sekali dalam kegiatan pemasaran agar dapat meningkatkan penjualan perusahaan tersebut.

Toko H&W Bicycle adalah usaha yang bergerak di bidang sepeda yang dimulai pada tahun 2018 dengan karyawan yang berjumlah 3 orang. Toko ini menjual berbagai macam sepeda dan mainan anak-anak lainnya. Lokasi dari usaha ini berada di daerah Tiban di Jl. Seruni no.23A pasar cipta land, Batam. Jam buka Toko H&W Bicycle adalah dari hari senin sampai hari minggu pukul 07:00 WIB hingga 21.00 WIB. Toko H&W Bicycle didirikan oleh Wandy dan masih usaha yang baru. Toko ini sudah berlangsung kurang lebih 1 tahun, selama berjalan omset yang diterima mencapai 4.000.000 - 6.000.000 perbulannya.

Dari informasi yang sudah kita dapat dari pemimpin toko, Toko H&W Bicycle mengalami kesusahan dalam menjalankan usahanya, karena omset dari toko yang tidak meningkat dan karena masih merupakan usaha yang baru. Jadi belum banyak dikenal oleh banyak orang.

Toko H&W bicycle merupakan usaha yang baru dibuat, hal tersebut menyebabkan daya tarik pembeli untuk membeli barang dari toko ini sangat rendah dibandingkan dengan toko sepeda lainnya. Selain itu banyaknya pesaing di bidang yang sama juga bisa menyebabkan persaingan yang sangat ketat. Kecilnya omset toko ini juga menjadi salah satu hambatan. Jadi diperlukannya *Promotion Mix* agar bisa meningkatkan penjualan toko dan bisa meningkatkan omset dari toko tersebut. Agar pelanggan - pelanggan di toko tersebut juga bisa meningkat dan bertambah.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkupnya membuat sistem *Promotion Mix* yang baik dan benar sehingga bisa memberikan informasi kepada pelanggannya tentang produk toko tersebut agar konsumen lebih tau tentang produk dari toko ini yang nantinya diharapkan bisa diimplementasikan oleh pemilik toko agar bisa meningkatkan penjualan toko tersebut. Bukan hanya menambah penjualan, tetapi supaya toko ini juga bisa dikenal lebih banyak orang lagi di masyarakat luas.

1.3 Tujuan Proyek

Promotion mix terdiri dari periklanan yang dinilai cara paling tepat untuk memperkenalkan produk yang baru ke konsumen, karena menyediakan informasi mengenai produk yang ditawarkan dan dapat dengan mudah menarik perhatian konsumennya, sehingga diharapkan bisa meningkatkan penjualan dari toko tersebut dan menciptakan adanya *awareness* terhadap produk, sehingga bisa diimplementasikan dalam jangka yang panjang. Target dalam perancangan kerja praktek ini diharapkan bisa meningkatkan pendapatan hingga 10% - 15% pada H&W Bicycle.

1.4 Luaran Projek

Melalui pengerjaan ini, penulis akan memberikan ide tentang *promotion mix* agar bisa digunakan untuk kedepannya:

- A. Iklan, membuat iklan yang bisa diingat oleh calon pembeli, seperti melakukan penyebaran brosur kepada masyarakat yang berisi informasi mengenai H&W Bicycle.
- B. Melakukan pembuatan logo untuk usaha H&W Bicycle agar mempunyai ciri khas tersendiri.
- C. Membuat akun sosial media instagram dalam melakukan promosi.

1.5 Manfaat Projek

Terdapat juga manfaat yang diperoleh dari kerja praktek ini, sebagai berikut:

1. Bagi pemilik :

pemilik mendapatkan informasi mengenai bagaimana cara mengembangkan usaha tersebut

2. Bagi Mahasiswa :

mahasiswa akan lebih mendapatkan pengetahuan yang lebih dan bisa mengerti lingkungan kerja secara nyata.

1.6 Sistematika Pembahasan

Didalam pengerjaan laporan ini terdapat 7 bab:

BAB I PENDAHULUAN

Dipembahasan ini ada latar belakang permasalahan, ruang lingkup , tujuan dan luaran proyek, manfaat proyek dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dipembahasan ini ada arti dari komponen promosi dan promosi.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dipembahasan ini ada sistem apa yang digunakan perusahaan, aktivitas dari kegiatan operasional perusahaan, struktur organisasi perusahaan, serta identitas perusahaan

BAB IV METOLOGI

Dipembahasan ini ada jadwal penelitian, tahap penelitian, teknik pengumpulan data, dan rancangan penelitian

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Dipembahasan ini ada penjelasan mengenai perancangan sistem *promotion mix* dan analisis data

BAB VI IMPLEMENTASI

Dipembahasan ini ada kondisi setelah implementasi dan penjelasan mengenai implementasi.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Dipembahasan ini ada rangkuman dari kesimpulan dan saran secara singkat dan jelas kepada pemilik