BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan pemasaran yang baik dapat mendukung aktivitas usaha menjadi lebih lancar dan mendatangkan pemasukan yang baik bagi pemilik usaha. Berbagai jenis kegiatan pemasaran tersedia untuk digunakan tergantung jenis usaha apa dan mana pemasaran yang cocok untuk pengembangan usaha. Kegiatan pemasaran yang baik pun menjadi tolak ukur seberapa dikenalnya suatu usaha sehingga pemilik usaha tidak perlu mengeluarkan biaya yang tinggi untuk mempromosikan lebih lanjut usaha yang dijalankan.

Promosi sebagai suatu bentuk kelanjutan dari aktivitas pemasaran yang sering dilakukan oleh pelaku usaha untuk pengembangan usaha. Apalagi banyak akses media yang bisa digunakan sebagai sarana atau alat untuk melakukan kegiatan promosi tersebut. Kegiatan promosi sudah dilakukan oleh usaha Nasi Campur Acu yang menjadi lokasi usaha yang dipilih oleh penulis sebagai tempat kerja praktek, akan tetapi karena kurang aktifnya kegiatan promosi yang dilakukan, hasilnya tidak memberikan dampak signifikan terhadap usaha Nasi Campur Acu.

Nasi Campur Acu berlokasi di Baloi Mas Garden, Blok B No. 3A, belakang Indomobil Batam, memulai operasional usahanya dari jam 7 pagi sampai jam 3 sore pada hari Senin sampai hari Sabtu. Nasi Campur Acu tidak beroperasional di hari Minggu. Beroperasional sejak tahun 2004 membuat Nasi Campur Acu banyak dikenal oleh masyarakat perumahan Baloi Mas Garden dan masyarakat perumahan tersebut menjadi target penjualan dari usaha Nasi Campur Acu.

Media sosial menjadi sarana atau media yang digunakan oleh Nasi Campur Acu untuk mengenalkan produk atau makanan yang dijual. Ketika penulis melakukan kunjungan dan meminta izin untuk menggunakan tempat usaha Nasi Campur Acu sebagai tempat kerja praktek, pemilik usaha dengan singkat menjelaskan sedikit tentang kegiatan usaha dan bentuk promosi, sampai media sosial Instagram yang digunakan untuk kegiatan promosi usaha.

Silvia Novembra. Perancangan Strategi Promosi Penjualan (Close Sounding Publicity)
di Nasi Campur Acu Batam. UIB Repository©2019

Instagram merupakan media sosial yang digunakan untuk menawarkan produk atau makanan yang disediakan oleh usaha Nasi Campur Acu. Bisa dilihat pada akun Instagram @nasicampur.acu, *posting*-an foto pertama dilakukan pada bulan November tahun 2017 dengan *tagline* 'Serasa Makan Makanan Mama". Akan tetapi 2 tahun berjalan memasuki tahun ke 3 (tiga), jumlah pengikut di akun media sosial Nasi Campur Acu masih sangat sedikit yakni hanya 53 pengikut (per November 2019), sehingga kurang maksimal apabila mengandalkan sosial media tersebut untuk kegiatan promosi.

Pemilik usaha terlihat sering mem-*posting* makanan yang dijual ke akun Instagram. Akan tetapi banyak *posting*-an yang di-*posting* tanpa menggunakan *caption*, sehingga terkesan tidak serius, main2, dan bisa saja membuat beberapa pengikut menjadi tidak tertarik untuk melakukan pembelian. Sering kali dengan *caption* yang menggoda dan informasi yang jelas, dapat membuat pengikut ataupun pembeli yakin untuk membeli dan melakukan pemesanan via telepon yang tertera di informasi akun Instagram Nasi Campur Acu atau datang langsung ke lokasi usaha.

Silvia Novembra. Perancangan Strategi Promosi Penjualan (Close Sounding Publicity)
di Nasi Campur Acu Batam. UIB Repository©2019

Atas dasar penemuan awal terkait permasalahan usaha yang dihadapi, penulis menyusun latar belakang yang nantinya akan digunakan sebagai landasan pemikiran penulis dalam mengembangkan solusi yang bisa digunakan untuk mengembangkan usaha Nasi Campur Acu dengan mengangkat sebuah judul penelitian: "Perancangan Strategi Promosi Penjualan (*Close Sounding Publicity*) di Nasi Campur Acu Batam". Strategi promosi yang diangkat menjadi judul dipilih karena merupakan keinginan pemilik usaha agar kegiatan promosi yang dilakukan atau disusun nantinya dapat memberikan efek positif bagi usaha yang dijalankan dan kegiatan promosi yang disusun berhasil menaikkan nama usaha.

1.2 Ruang Lingkup

Penyusunan laporan kerja praktek ini terfokus kepada ruang lingkup pengembangan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Nasi Campur Acu yang direncanakan akan mengandalkan *Close Sounding Publicity* sebagai bentuk promosi sehingga bisa membantu meningkatkan penjualan dari usaha yang dijalankan. Salah satu bentuk *Close Sounding Publicity* adalah sistem "jemput bola". Hal tersebut dipilih karena lokasi Nasi Campur Aci yang berlokasi di perumahan padat yang apabila pemilik usaha Nasi Campur Acu banyak bersosialisasi dan mengenalkan usahanya lebih dalam, bukan tidak mungkin pembeli akan memesan dan minta untuk diantar, sehingga tidak merepotkan pembeli untuk keluar rumah.

Ruang lingkup pembahasan tersebut akan dibahas lebih dalam selama masa kerja praktek dengan informasi-informasi yag lebih banyak lagi dari pemilik usaha, sehingga penulis dapat membantu menyusun pola terbaik dari *Close Sounding Publicity* agar bisa digunakan dan dapat membantu mengembangkan usaha. Sistem "jemput bola" dirasa pas untuk digunakan dan cocok untuk usaha Nasi Campur Acu.

1.3 Tujuan Proyek

Kerja praktek ini dilakukan dengan tujuan agar penulis sebagai mahasiwa yang sedang melakukan kerja praktek dapat memberikan sumbangsih ataupun solusi terbaik atas permasalahan usaha yang dihadapi oleh pemilik usaha Nasi Campur Acu. Solusi yang disusun tersebut diharapkan dapat menjadikan usaha Nasi Campur

Silvia Novembra. Perancangan Strategi Promosi Penjualan (Close Sounding Publicity)
di Nasi Campur Acu Batam. UIB Repository©2019

Acu menjadi lebih berkembang dan meningkat dari segi omset, serta dapat menjadikan usaha Nasi Campur Acu menjadi lebih dikenal, bukan hanya dikenal masyarakat perumahan Baloi Mas, akan tetapi dikenal masyarakat kota Batam.

1.4 Luaran Proyek

Kerja praktek ini dilakukan dengan tujuan agar dapat menghasilkan suatu luaran proyek yang berupa ide pengembangan usaha ataupun solusi atas permasalahan yang menghambat perkembangan usaha. Strategi promosi berupa *Close Sounding Publicity* dengan sistem "jemput bola" dipilih untuk dikembangkan bersama dengan penyusunan laporan kerja praktek.

1.5 Manfaat Proyek

Kerja praktek ini dilakukan dengan tujuan agar dapat memberikan manfaat, bukan hanya manfaat bagi pemilik usaha agar dapat mengembangkan usahanya, tetapi juga bermanfaat bagi penulis yang dapat belajar mengenai kondisi kerja sebenarnya, serta manfaat bagi pembaca laporan kerja praktek ini, sehingga dapat menjadi acuan dalam pengembangan usaha kecil yang lain kedepannya.

1.6 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi tentang informasi terkait latar belakang yang diangkat, apa yang menjadi masalah yang menghambat perkembangan usaha, sehingga dapat dikembangkan dalam laporan kerja praktek. Selain itu, ruang lingkup, tujuan, luaran, manfaat, serta sistematika pembahasan laporan juga terdapat pada bab pendahuluan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka berisi teori-teori yang menjadi acuan penulis dalam hubungannya terhadap solusi yang diangkat penulis atas permasalahan usaha yang dihadapi. Bab tinjauan

Silvia Novembra. Perancangan Strategi Promosi Penjualan (Close Sounding Publicity)
di Nasi Campur Acu Batam. UIB Repository©2019

pustaka juga berisi informasi lain yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengembangan laporan kerja praktek.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab gambaran umum perusahaan berisi tentang informasi-informasi yang terkait dengan perusahaan yang diinformasikan langsung oleh pemilik maupun pihak-pihak yang berhubungan langsung dengan perusahaan. Bab gambaran umum juga berisi tentang informasi operasional dan segala aktivitas perusahaan.

BAB IV METODOLOGI

Bab metodologi berisi tentang teknik-teknik dan metode yang digunakan oleh penulis dalam penyusunan laporan kerja praktek.

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab analisis dan perancangan berisi tentang bentuk analisis yang didapat serta bentuk perancangan solusi yang akan digunakan atas permasalahan yang dihadapi dalam suatu usaha.

BAB VI IMPLEMENTASI

Bab implementasi berisi tentang penerapan solusi yang telah disusun atas permasalahan yang dihadapi sehingga dapat dievaluasi bagaimana hasil penerapan solusi tersebut. Bab implementasi berisi tentang luaran solusi dan luaran hasil atas penerapan solusi yang disusun.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kesimpulan dan saran berisi tentang kesimpulan mengenai hasil analisis kerja praktek, bagaimana penerapan solusi yang terapkan, hasil setelah penerapan, serta saran atas pengembangan usaha kedepannya.

Silvia Novembra. Perancangan Strategi Promosi Penjualan (Close Sounding Publicity)
di Nasi Campur Acu Batam. UIB Repository©2019