

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan era yang dimana terdapat persaingan yang pesat pada zaman sekarang kita bisa dengan gampang menemukan sebuah produk dan jasa bahkan dalam konteks jenis yang sama bisa saja terjadi persaingan harga yang signifikan, hal ini mendorong kompetitor untuk menerapkan strategi yang lebih berkualitas dan unik agar dapat bersaing dimana sebuah produk atau jasa dapat dikatakan dapat mempunyai daya saing ketika diminati oleh banyak orang. Pesatnya persaingan kompetitor sejenis memicu perusahaan harus menciptakan nilai *competitive advantage*, salah satu perusahaan yang tidak asing lagi di kota Batam yaitu *cafe*, *cafe* merupakan tempat untuk bersantai atau nongkornng berupa jenis restoran tetapi lebih bersuasana santai, nyaman dan terdapat hiburan pada pengunjung dengan music seperti yang kita ketahui Batam terdapat beragam banyak *cafe* dengan karakteristik yang beragam pula. (konalinfo, 2017)

Beragamnya *cafe* di Batam memicu konsumen cenderung lebih selektif terhadap pemilihan permintaan mereka akan kualitas juga semakin tinggi oleh karena itu setiap *cafe* harus bisa menerapkan strategi yang tepat dalam bersaing dengan kompetitor sejenisnya tidak terkecuali celesta *cafe* ini, dimana *cafe* ini berlokasi di DC mall Batam yang bergerak di bidang *beverages* seperti *coffee shop*, yang dimana celesta *cafe* ini menjual berbagai minuman coffe dan teh, celesta *cafe* ia beroperasi dari senin hingga minggu dan juga celesta *café* ini juga bermula dari pukul 11 AM hingga 6 PM.

Suksesnya sebuah usaha dapat dinilai dari kontribusi cara menerapkan startegi bisnisnya, salah satu strategi yang penting untuk diterapkan yaitu cara mempromosikan usahanya, konsep dari usaha sendiri wajib memiliki visi yang berkemiripan dengan kalimat kesuksesan suatu usaha biasanya dilakukan dengan strategi promosi dalam bentuk pemahaman tentang keperluan, keinginan dan kelakuan pelanggan. Biasanya orang – orang berkunjung ke *cafe* untuk berkumpul bersama teman, menikmati minuman dan makanan ringan, *cafe* juga merupakan tempat untuk berkerja di luar dari kantor dan biasanya pelajar maupun mahasiswa

sering melakukan kerja kelompok di *cafe*. Maka dari itu di zaman sekarang banyaknya pengusaha mengembangkan bisnis *cafe* ini, untuk bersaing dengan kompetitor lainnya, perusahaan harus melakukan strategi manajemen dengan melakukan promosi untuk memperkenalkan, menjelaskan dan mendorong pelanggan sehingga pelanggan tersebut ingin mencoba produk yang di tawarkannya.

Promosi pemasaran yang diterapkan dapat berupa promosi dimana zaman sekarang sudah merupakan era zaman digital, tentunya tidak sedikitnya manusia dalam mempunyai akun media sosial dan media sosial yang tidak asing dikenal kita yaitu instagram, mempromosikan usaha kita melalui social media merupakan sebuah strategi yang efektif dan efisien karena promosi ini jauh lebih gampang dilakukan dibandingkan dengan membagikan brosur dan dalam hal *financial* tentunya promosi lewat akun sosial media jauh lebih murah, tentunya ada faktor yang mendukung untuk mempromosikan usaha di social media yakni perusahaan harus memiliki *social responsibility* dimana dengan membagikan brosur akan membawa dampak terhadap pencemaran lingkungan. Oleh karena itu perusahaan harus cerdas dalam memilih strategi yang tepat untuk melakukan promosi agar dapat bersaing dengan kompetitor sejenis.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup didasarkan pada pengamatan penulis di *Celesta Cafe*, yaitu menerapkan strategi promotion mix berupa pembuatan akun di social media “instagram” dan membuat kartu diskon kepada pelanggan.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan dari proyek ini dijalankan yaitu:

1. Membantu *Celesta Cafe* untuk mempromosikan usahanya agar dikenal lebih banyak orang lagi.
2. Dengan menerapkan kartu diskon maka cenderung akan meningkatkan minat pelanggan untuk berkunjung kembali.
3. Pihak *cafe* dapat lebih mudah berinteraksi dengan pelanggannya dengan fasilitas instagram.
4. Pihak *cafe* dapat lebih mudah melakukan *feedback* dan *followup*.

1.4 Luaran Proyek

Dalam proyek ini, penulis menggunakan social media instagram untuk membuat akun perusahaan serta penulis juga membuat kartu diskon dengan strategi pengujungan 9 kali dapat free makanan maupun minuman dengan syarat yang berlaku.

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat yang diharapkan dalam proyek ini yaitu :

- a) Bagi Celesta *Cafe* :
Mempermudah perusahaan dalam melakukan *feedback* dan *followup* serta memperkenalkan perusahaan kepada lebih banyak orang.
- b) Bagi Akademisi
Perkenalkan mahasiswa ke lingkungan kerja yang nyata sehingga mereka memahami perbedaan antara teori dan praktik di lapangan.

1.6 Sistematika Pembahasan

Berdasarkan penyusunan laporan kerja praktek ini dibagi menjadi 5 bab, yakni setiap bab uraian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.6 Sistematika Pembahasan

Berdasarkan penyusunan laporan kerja praktek ini dibagi menjadi 7 bab, yakni setiap bab uraian dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penjelasan latar belakang perusahaan dan profil perusahaan yang melatar belakangi penulisan karya tulis kerja praktek ini.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai landasan teori, informasi mengenai pembahasan yang berkaitan dengan melakukan penulisan laporan kerja praktek

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini memuat tentang informasi umum Celesta *Cafe*, struktur organisasi perusahaan, aktivitas kegiatan operasional perusahaan, serta strategi yang digunakan oleh perusahaan, perusahaan yang akan dilakukan merupakan perusahaan dagang yang bernama Celesta *Cafe*

BAB IV: METODOLOGI

Bab ini menguraikan tentang sistem penelitian, metode pengumpulan pada data yang dilaksanakan untuk dapat mengumpulkan data yang diperlukan, metodologi pelaksanaan, langkah-langkah kerja, perancangan digunakan untuk penyelesaian proyek, serta jadwal pelaksanaan.

BAB V: ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Pada tahap ini yaitu menunjukkan hasil analisa suatu data perusahaan berupa kondisi yang sedang terjadi diperusahaan yang telah berhasil dibuat berdasarkan hasil observasi dan wawancara mahasiswa ditempat kerja praktek, sertas perancangan sistem

BAB VI: IMPLEMENTASI

Bab enam berisi tentang hasil implementasi luaran proyek, *feedback* dari perusahaan celesta *cafe* berdasarkan hasil yang didapatkan dari implementasi kerja praktek kali ini.

BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab tujuh berisi tentang kesimpulan dan saran setelah melakukan kegiatan kerja praktek diperusahaan celesta *cafe*.