

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Bersaingnya bisnis di kala globalisasi terus berkembang dan semakin banyak usaha dibuka, baik usaha dagang dalam penyediaan barang maupun jasa.

Dengan semakin banyaknya usaha maka perusahaan dituntut untuk dapat memanfaatkan kemampuan dan sumber daya yang terdapat saat ini dengan semaksimal, supaya dapat bertahan dalam bersaing. Karena itu perusahaan harus memiliki ide-ide baru untuk masa yang akan datang serta bisa memanfaatkan peluang bisnis serta mengidentifikasi masalah dan mengimplementasikan proses penerapan yang benar. Mempertahankan kelangsungan hidup dan mengendalikan organisasi merupakan kewajiban perusahaan. Hal ini karena adanya perubahan zaman saat ini yang gaya hidupnya lebih modern. Hidup modern dituntut untuk melakukan sesuatu yang praktis dan cepat. Dikarenakan adanya peluang tersebut, maka banyak perusahaan berlomba-lomba untuk bersaing agar mendapatkan konsumen yang lebih banyak, dan dalam hal ini perusahaan harus cermat dalam menetapkan strategi yang dapat menarik minat beli konsumen dengan cara promosi yang unik dan menarik.

Tidak hanya produk maupun jasa yang diciptakan perusahaan, menetapkan harga, tapi diharapkan dapat memasarkan dan menjalin hubungan dengan konsumen agar tercapainya tujuan dari suatu perusahaan. Dalam teknik bauran pemasaran terdapat promosi yang memiliki peranan penting untuk memasarkan barang dan jasa suatu perusahaan.

Dengan berkembangnya busana model dan pernak pernik, seperti banyaknya pakaian bermotif dan sulit untuk dicuci. Selain layanan mencuci pakaian juga terdapat pelayanan lainnya seperti cuci sepatu, tas, bedcover dan lain-lain. Dengan berkembangnya busana, pencucian dan perawatan semakin susah, disaat inilah laundry diperlukan dan perkembangan laundry semakin maju.

Laundry mempunyai kata lain selain tempat mencuci yaitu tempat merawat pakaian agar lebih bersih dan awet, dan serba praktis menjadi trend bagi masyarakat sekarang. Dengan mengeluarkan sejumlah uang mereka tidak perlu memusingkan pakaian yang jorok. Kebutuhan ini akan meningkat dan memberikan peluang usaha tersendiri..

Penyebab adanya bisnis laundry karena berubahnya gaya hidup anak zaman sekarang serta kesibukan yang menjadikan orang memutuskan memakai jasa laundry agar kegiatan mencuci dan menyetrika terasa ringan. Harga yang ditawarkan juga sangat strategis sehingga banyak orang lebih memilih menggunakan laundry.

Dengan adanya laundry bagi masyarakat di perkotaan terutama anak kos-kosan, ini merupakan hal strategis bukan karena malas tetapi lebih memprioritaskan yang bisa di delegasikan dan yang bisa dilakukan sendiri karena faktor tenaga dan waktu. Batam khususnya mahasiswa yang sibuk dengan aktifitas, sehingga waktu untuk mencuci pakaian terbatas dan apalagi jika ditambah dengan cuaca yang buruk maka pakaian lambat kering.

Dari fenomena ini maka banyak pengusaha mulai melintis usaha laundry karena kedepannya dapat menguntungkan serta meningkatkan modal yang tinggi. Tidak salah apabila laundry merupakan bisnis yang terus berkembang. Dengan adanya bisnis laundry ini maka para owner juga harus memikirkan bagaimana bisnis mereka dapat berkembang dan apa saja yang perlu diterapkan. Owner dapat mencoba menerapkan promosi untuk menarik minat konsumen.

Promosi adalah upaya memberitahu produk maupun jasa yang bisa membuat ketarikan minat konsumen agar membeli maupun menggunakan jasa yang ditawarkan dengan harapan dapat menaikkan profit bagi perusahaan. *Promotion mix* merupakan kegiatan promosi yang digabungkan dari jenis promosi lainnya dalam bentuk produk yang sama agar memberikan hasil yang semaksimalnya.

Dalam hal promosi, saat ini KoKo Laundry belum terlihat melaksanakan penerapan promosi secara maksimal, owner dari KoKo Laundry sendiri masih menggunakan system mouth to mouth yang membuat mereka kalah bersaing dengan pesaing lain yang juga menawarkan jasa serupa. Karena mengingat sangat pentingnya promosi, maka laporan kerja praktek diberi judul “**Perancangan Promotion Mix pada KoKo Laundry**”.

## 1.2 Ruang Lingkup

Proyek ruang lingkup ini mengimplementasikan aspek pemasaran menggunakan teori marketing *promotion mix* pada KoKo Laundry serta membuat strategi yang cocok dan diimplementasikan. KoKo Laundry menerapkan *Promotion mix* pada proyek ini antara lain:

1. *Sales Promotion*

Membuat kartu stamp dengan promosi berupa 15 stamp gratis 1 kali cuci, agar semakin banyak pelanggan yang tertarik dan melakukan laundry di KoKo Laundry.

2. *Direct Marketing*

Membuat akun sosial media yaitu Instagram dan Facebook.

3. *Advertising*

Membuat *banner* yang akan diberikan kepada KoKo Laundry dan dipasang disekitarnya.

## 1.3 Tujuan Proyek

Pelaksanaan kerja praktek bertujuan sebagai:

1. Mengimplementasi strategi pemasaran yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah customer yang menggunakan jasa laundry dan memperkenalkan pada masyarakat keberadaan KoKo Laundry dengan strategi *promotion mix*.
2. Meningkatkan penjualan sebesar 5% dimasa yang akan datang setelah promosi diterapkan.

#### 1.4 Luaran Proyek

Penerapan *promotion mix* dari output yang dihasilkan diantaranya:

1. *Sales Promotion* berupa pembuatan kartu stamp dan kumpulan sebanyak 15 stamp dan akan mendapatkan 1x cuci gratis dengan minimal 1kg pakaian.
2. *Direct Marketing* berupa pembuatan akun Instagram dan Facebook.
3. *Advertising* berupa banner untuk KoKo Laundry.

#### 1.5 Manfaat Proyek

Manfaat dari proyek yang diterapkan diantaranya:

1. Bagi pelanggan  
Pelanggan mendapatkan informasi akurat yang berhubungan dengan KoKo Laundry, dan mengikat hubungan baik antara pelanggan dan KoKo Laundry.
2. Bagi pemilik  
KoKo Laundry dapat menerima pendapatan yang lebih banyak sehingga bisa mencapai target penjualan dan dapat memanfaatkan strategi *promotion mix* secara berkelanjutan untuk mendapatkan loyalitas konsumen dan konsumen baru.
3. Bagi penulis  
Merupakan tambahan pengetahuan yang mendalam dan jelas mengenai dunia kerja yang nyata serta dapat menerapkan dan mengaplikasikan ilmu yang didapat dalam dunia kerja, serta mampu bersaing dengan dunia kerja.

## **1.6 Sistematikan Pembahasan**

Sistematika penulisan laporan kerja praktek diuraikan sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab I berisi latar belakang masalah, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek, manfaat proyek dan sistematika pembahasan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II membahas teori yang diterapkan dalam penelitian diantaranya pengertian pemasaran, pengertian promotion mix dan tujuan promosi.

### **BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab III menggambarkan identitas perusahaan, struktur organisasi pada KoKo Laundry dan kegiatan yang dilaksanakan dari usaha.

### **BAB IV : METODOLOGI**

Bab IV membahas tahapan dan jadwal kerja, rancangan penelitian, teknik pengumpulan data dan proses perancangan sistem bauran promosi.

### **BAB V : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab V membahas penelitian yang dilakukan peneliti yang lebih mudah dipahami dan lebih dirincikan.

### **BAB VI : IMPLEMENTASI**

Bab VI membahas mengenai cara menerapkan sistem bauran promosi sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

### **BAB VII : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab VII tentang hasil kesimpulan dan saran yang disampaikan penulis kepada pemilik untuk penelitian berikutnya.