



Received : February 08, 2021

Accepted : February 12, 2021

Published : March 03, 2021

Conference on Community Engagement Project

<https://journal.uib.ac.id/index.php/concept>

Penerapan Promotion Mix Dan Mengembangkan Usaha Dailybitee

Irwin Lim

Afiliasi : Universitas Internasional Batam

Email korespondensi: 1741049.irwin@uib.edu

Abstrak

Laporan kerja praktek ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang sebuah usaha snack yang biasanya di minati banyak orang. Bahkan dari kalangan anak-anak sampai orang dewasa yang berada di wilayah kota Batam yang sehingga dari bulan kebulan tahun ke tahun peminatnya semakin ramai.

Kegiatan kerja praktek ini berlangsung langkah pertama yang di ambil oleh penulis adalah observasi dan wawancara kepada pihak pemilik mengenai masalah apa yang terjadi dan upaya yang dilakukan pihak pemilik sudah atau belum. Dan kemudian penulis merancang sistem dalam bentuk pelatihan kerja untuk memberikan pemahaman kepada usaha terutama karyawan promosi yang ada.

Hasil dari kerja praktek ini adalah menerapkan sistem yang sangat membantu manajemen usaha serta mendapatkan pihak penyalur

Keywords : *Promotion Mix, Direct Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Advertising.*

Pendahuluan

Pertumbuhan dan percepatan ekonomi Indonesia terutama ditentukan oleh sektor-sektor yang mempengaruhinya, salah satunya adalah sektor perdagangan (Fadli, 2016; Wardana, 2016). Salah satu tujuan pembangunan ekonomi Indonesia adalah untuk meningkatkan pendapatan nasional yang didukung oleh pemerataan penduduk, sektor usaha, dan peningkatan ekonomi daerah (Lestari & Suhadak, 2019; Rochaida, 2016). Sejalan dengan itu untuk mengantisipasi tuntutan globalisasi, pemerintah berupaya memanfaatkan sektor usaha yang memberikan kontribusi besar bagi penerimaan negara (Junaidi,

Sulasmiyati, & Nurlaily, 2018; Rinaldi, Jamal, & Seftarita, 2017; Sedyaningrum, Suhadak, & Nuzula, 2016).

Peningkatan pendapatan nasional dari sektor perdagangan disebabkan adanya perubahan konteks pemasaran yang holistik (Hendrayati & Syahidah, 2018). Kondisi ini tidak terlepas dari besarnya peran manajemen pemasaran dalam bisnis (Wardi, Abror, & Trinanda, 2018). Tugas manajemen pemasaran dalam bisnis adalah mengembangkan strategi dan rencana pemasaran. manajemen pemasaran perlu mendapat perhatian khusus, karena perannya sangat berperan dalam keberhasilan suatu bisnis.

Promotion mix strategi dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian dan perilaku orang dalam berbelanja.

Adapun tujuan dan manfaat Kerja Praktek ini

1. Mempelajari cara bersaing dan bertahan dalam pasar bisnis.
2. Dapat mengetahui dan memenuhi keinginan masyarakat.
3. Dapat lebih memahami dan mempertahankan produk unggulan yang dijual.
4. Manfaat yang dapat diterima oleh mahasiswa adalah mendapatkan Pengalaman dan pengetahuan dalam dunia realita dari aktivitas yang telah dilaksanakan dalam proyek. Serta dapat diterapkan secara nyata materi yang telah dipelajari selama proses perkuliahan.

Masalah

Strategi dalam pemasaran merupakan salah satu mengenalkan produk kepada konsumen. Strategi pemasaran akan berguna secara optimal bila di dukung oleh perencanaan yang terstruktur baik dalam segi internal maupun eksternal perusahaan. Sebagian besar kegagalan usaha yang terjadi disebabkan oleh gagalnya perusahaan mendefinisikan pasar yang dituju dan bagaimana pasar yang dituju dan bagaimana potensinya.

Dailybitee bisa membuat lebih banyak tapi untuk pemasarannya kurang jadi tidak maksimal. Pemasaran sekarang yang sudah dilakukan masih kurang dan adanya saingan seperti tempat toko yang dititip dimana disana juga ada snack lain maupun sama. dan jika tidak adanya perubahan dalam pemasaran berkemungkinan akan mengalami penurunan baik itu di hari raya maupun hari biasa. Dari data

yang di sampaikan oleh pemilik bahwa adanya permasalahan di tingkat penjualan akan mengalami penurunan.

Metode

Permasalahan yang dialami pemilik Usaha yaitu bisa membuat lebih banyak tetapi untuk pemasarannya kurang jadi tidak maksimal, adanya saingan pada pihak penyalur dan ditempat lainnya, dan akan mengalami penurunan jika melakukan pemasarannya tidak mengalami perubahan ataupun penambahan. Metode yang dilakukan yaitu *promotion Mix* sebagai salah satu yang dapat membantu atau mengoptimalkan penjualan.

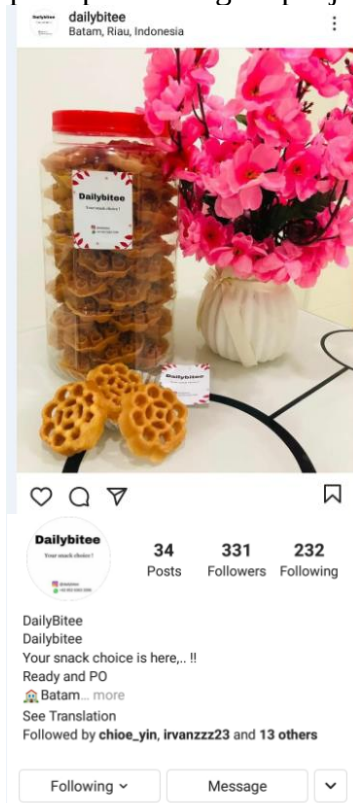
Untuk lokasi yang dilakukan berada pada wilayah Kota Batam di Indonesia. Waktu implementasi 3 bulan terhitung dari awal oktober.

Pembahasan

Untuk pelaksanaan dilakukan 3 bulan dari awal oktober yang melibatkan pemilik usaha dan anaknya. Ada tiga tahap dalam pelaksanaan ini yang pertama tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap penilaian dan pelaporan. Dimana tahap awal dilakukan untuk mendapatkan data dengan wawancara, survei dan observasi adanya kunjungan ini mengumpulkan informasi yang dialami oleh pemilik. Tahap kedua dan ketiga yaitu simulasi. Tahap ini dimana melaksanakan penelitian yang berhubungan dengan strategi *promotion mix* yang dibuat, system terimplementasi oleh pengguna, hasil yang sangat membantu dan berguna dalam penerapan yang berkelanjutan.

Adanya implementasi yang dilakukan pendaftaran facebook untuk Dailybitee yang akan di gunakan dalam usaha agar

meningkatkan brand pada masyarakat yang lebih luas lagi untuk meningkatkan penjualan. Promosi juga akan dilakukan diaplikasi seperti facebook, instagram, agar masyarakat lebih instan dalam memesan menu yang ada di Dailybitee ini bertujuan untuk menyebar luaskan mengenai keberadaan Dailybitee. Adanya penambahan endorse untuk lebih mempercepat meningkat penjualan.



Keunggulan luaran pada lokasi yang diterapkan

- Lokasi yang menjadi penyalur baru termasuk toko yang rame dikunjungi di wilayah tersebut.

Kelemahan Luaran pada lokasi yang diterapkan

- Untuk pengecekan apakah titipan sudah habis apa belum menjadi kesulitan dikarenakan Ada beberapa penyalur yang sibuk sehingga biasanya pemilik usaha datang untuk mengecek.

- Lokasi yang kurang mendukung karna jauh. Pemilik tidak begitu sering untuk melewati lokasi tersebut.

Kesimpulan

Hasil yang disimpulkan dari awal hingga implementasi yaitu :

1. “Dailybitee” awalnya tidak memiliki perencanaan pemasaran yang luas.
2. Strategi yang dipasarkan secara *online* maupun pada penyalur dengan menambah stiker yang mempermudah pembeli mencari kembali sehingga bisa meningkatkan *brand awareness*.



3. Teknik pemasaran yang mempermudah pemilik
4. Untuk implementasi akan dilanjutkan oleh pemilik “Dailybitee”.
5. Jumlah omset meningkat adanya adanya Kerja Praktek ini sebesar 20%.

Saran

Berdasarkan strategi pemasaran “Dailybitee” penulis mempunyai saran kepada pemilik yaitu:

1. Menggunakan system pemasaran yang telah dirancang dan menyesuaikan dengan kondisi usaha kedepannya.
2. Pemilik juga menerapkan berbagai system pemasaran yang baru.
3. Mencari karyawan yang dapat

membantu dibidang pemasaran maupun admin sehingga dengan keterampilannya dapat mengatasi permasalahan yang terdapat pada “Dailybitee”.

DAFTAR PUSTAKA

- (Budianto, Bastaman, and Herman 2020)Aldebi, Hameed, and Noreyah Aljboory. 2017. “The Impact of the Tourism Promotion-Mix Elements on the Foreign Tourists’ Mental Images of the Jordanian Tourist Destinations (A Field Study).” *International Business Research* 11 (1). <https://doi.org/10.5539/ibr.v11n1p74>.
- Budianto, Apri, Irma Darmawati Bastaman, and Ferey Herman. 2020. “PROMOTION MIX, INDIVIDUAL INTERNAL ENVIRONMENT, AND PURCHASE DECISION MAKING IN MINIMARKET.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 21 (1). <https://doi.org/10.24198/jbm.v21i1.371>.
- Hadita, and Diaz Adiguna. 2019. “The Effect of Location and the Promotion Mix on Visitors’ Interest: The Case of Muara Beting Beach and the Forest of Mangrove Muara Gembong Bekasi.” *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 8 (5).
- Santoso, A, H Subagyo, and M Arifin. 2019. “Effect of Promotion Mix on Insurance Product Purchase Decisions Zurich Kediri; Indonesia.” In . <https://doi.org/10.2991/icss-19.2019.26>.
- Sharma, Vandana, and Nilesh Berad. 2019. “To Study the Role of Mobile Marketing Technique as Direct Marketing Tool Under Promotion Mix in Business Schools.” *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3414914>.