



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>

Perencanaan Promotion Mix Untuk Meningkatkan Penjualan Di Cafe Abang #Semuademiadek

Chastine Clarissa

Universitas Internasional Batam

Email korespondensi: chastineclarissa@gmail.com

Abstrak

Kerja Praktek dilakukan pada tempat makan vegetarian yaitu *Cafe Abang*, tujuan kerja praktek ini untuk mengatasi masalah yang didapatkan oleh pemilik *cafe* dengan cara menerapkan perencanaan *promotion mix*. *Promotion mix* berupa *advertising*, *personal selling*, *direct marketing*, *public relation*, dan *sales promotion*. Kerja praktek ini dilakukan selama periode 01 Agustus 2020 sampai 31 Januari 2021.

Kerja praktek ini menghasilkan *promotion mix* dalam *advertising*, *direct marketing*, dan *sales promotion*. *Advertising* dalam strategi ini, penulis membuat 2 banner untuk *Cafe Abang* agar dapat mempromosikan *steamboat* dan nasi keroyokan serta membuat QR Menu. *Direct marketing* pada strategi ini, membuat brosur dan mempromosikan makanan lewat *ADS instagram*, facebook, whatsapp, line. Yang terakhir *sales promotion*, di strategi ini pemilik *cafe* memberikan diskon kepada pelanggan yang membawa rantang sendiri.

Kata Kunci : *Advertising, Direct Marketing, Sales Promotion, UMKM.*

Pendahuluan

Pola makan tanpa daging yang berasal dari berbagai sayuran segar, buah-buahan, biji-bijian, kacang-kacangan dan lain-lainnya disebut dengan vegetarian. Bagi seorang vegetarian, makanan yang bervariasi dan kombinasi padat nutrisi untuk memenuhi kebutuhan nutrisi, vitamin dan mineral esensial. Makanan yang bernutrisi berfungsi bagi tubuh, karena dapat memperbaiki sel dan menjaga kesehatan tubuh secara keseluruhan, contohnya seperti sayuran berwarna, buah-buahan, dan biji-bijian (“Simple Guide to Vegetarian Nutrition - Key Elements,” n.d.).

Kata vegetarian formal digunakan sejak tanggal 30 September 1847 di *Northwood Villa, Kent, Inggris* oleh Joseph Brotherton dan kawan-kawannya (“Joseph Brotherton, MP (1783 - 1857) - Weaste Cemetery,” n.d.). Kata vegetarian berasal dari bahasa latin yaitu *vegetus* yang artinya kuat, segar, bergairah ataupun hidup dan sehat. Sebelum tahun 1847, orang zaman Yunani kuno mengenali kelompok tidak makan daging dikenal dengan nama *pythagorean*.

Menurut (Vergeer, Vanderlee, White, Raynard, & Hammond, 2020) mengkonsumsi makanan dari vegetarian sangat bermanfaat bagi

kesehatan seperti : menurunkan berat badan, meningkatkan gaya hidup yang sehat, membuat kulit tubuh lebih sehat, mengurangi resiko penyakit kanker, dan melancarkan pencernaan tubuh. Pada tahun 2019 ini, terjadi penyebaran virus dari negara China, yaitu virus korona. Penyebaran virus corona melalui daging hewan liar, menurut (You, 2020) dikarenakan virus korona banyak masyarakat mengubah pola makan sehari hari yang sehat yaitu mengkonsumsi makanan vegetarian.

Dalam pademi ini 84% masyarakat mengakui pendapatan menurun dikarenakan covid. Dari hasil survei ABDSI (*Asosiasi Business Development Service Indonesia*) pedemi covid-19 mengakibatkan penjualan menurun di Indonesia, terutama bagi UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah). Menurut data (“Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid-19 | Databoks,” n.d.), penurunan penjualan UMKM di Indonesia pada tahun 2019 - 2020 dikarenakan 36.7% tidak ada penjualan, ada juga penjualan menurun lebih dari 60%. Dan juga terdapat UMKM yang mengalami peningkatan penjualan dengan persentase 3.6%.

Cafe Abang adalah salah satu UKM yang mengalami penurunan penjualan sejak pandemi covid-19. Sebelum adanya Covid-19, penjualan di *Cafe* Abang lumayan lancar penjualan tiap bulan dapat melebihi Rp 50.000.000 dan dikarenakan Covid-19 ini penjualan *Cafe* Abang menurun menjadi Rp 35.000.000 perbulan dan terpaksa pemilik *cafe* melakukan PHK terhadap karyawan *cafe*, yang dulunya terdapat 7 karyawan sekarang menjadi 3 karyawan untuk mempertahankan *cafe*.

Masalah

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Cafe* Abang adalah pemasaran melalui *gofood* dan *grabfood*, selain itu *Cafe* Abang juga memasarkan produknya melalui Instagram, bahkan follower *Cafe* Abang tergolong cukup banyak, akan tetapi strategi promosi *Cafe* Abang dirasakan masih kurang, strategi promosi sangat penting bagi UKM dikarenakan, pemasaran dapat memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh mitra kepada konsumen, dan yang kedua mengidentifikasi kemauan pelanggan dapat mengetahui keinginan pelanggan dan menarik pelanggan, yang ketiga membangun branding agar pelanggan dapat mengingat / mengetahui brand yang dipromosikan, yang keempat menciptakan hubungan terhadap pelanggan, hubungan yang baik dengan pelanggan, maka pelanggan menjadi loyal dan tidak gampang berpaling ke saingan. Dan lain lain.

Promotion mix adalah strategi pemasaran yang berupa :

1. Advertising

disebut dengan periklanan yang artinya mempromosi suatu produk atau jasa dengan biaya dari sponsor atau pemilik usaha. Penggunaan *promotion* dengan *advertising* antara lain adalah pembuatan spanduk di lokasi yang strategis, pembuatan papan iklan, membuat brosur, dan membuat iklan melalui media sosial / e-commerce.

2. Sales promotion

Suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pelanggan dalam waktu singkat. *Sales promotion* dilaksanakan agar dapat menarik pelanggan untuk membeli barang yang ditawarkan,

3. *Public relations*

Membangun hubungan dengan konsumen dan meningkatkan *image* baik perusahaan. Dengan cara mengadakan kegiatan bakti sosial, pameran, bazar dan lainnya, kegiatan yang dilakukan sangat berguna bagi *image* baik perusahaan.

4. *Personal selling*

Strategi promosi ini dilakukan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, perusahaan mengeluarkan biaya kepada *salesman* atau *salesgirl* untuk menjual produk yang dipasarkan dan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi.

5. *Direct marketing*

Strategi promosi ini menggunakan telepon, email, surat, sms, *chatting*, untuk berkomunikasi secara langsung terhadap pelanggan yang sudah ditentukan.

Penulis akan melakukan analisa terhadap pemasaran yang cocok dan dapat dilakukan oleh *Cafe Abang* untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Pada kerja praktek ini, strategi *promotion mix* yang akan digunakan adalah advertising, Direct Marketing dan Sales Promotion.

Tujuan dari proyek ini dibuat untuk membantu mitra meningkatkan omset dan penjualan yang sebelumnya sempat menurun dikarenakan covid-19.

Metode

Pada program ini metode yang digunakan adalah Strategi *promotion mix* yang dapat digunakan oleh *cafe abang* dalam waktu jangka panjang seperti :

1. *Advertising* : pembuatan banner dan QR menu dapat meningkatkan omset.
2. *Direct marketing* : pembagian brosur melalui media sosial

dan sekitar Vihara Maitreya, dapat meningkatkan omset.

3. *Sales promotion* : potongan harga kepada konsumen yang membawa rantang sendiri, *promotion* ini dilakukan agar sampah di dunia dapat berkurang dan juga dapat meningkatkan *image* pada perusahaan yang baik.

Dari ketiga *promotion mix* diatas, *direct marketing* dapat meningkatkan omset lebih tinggi dikarenakan, zaman sekarang konsumen lebih sering menggunakan e-commerce untuk mencari info, membandingkan harga, memesan makan, berbelanja di online dan lain lain. Maka pada *direct marketing* penulis mempromosikan makanan *Cafe Abang* di Instagram ADS, yang dimaksud dengan Instagram ADS adalah iklan yang terdapat di feed dan story instagram.

pembagian brosur yang berisi makanan dengan harga dibawah IDR 40.000, di depan atau di dalam Vihara Maitreya dan pembagian secara online, pembagian brosur ini penulis membagi brosur pada saat hari vegetarian yaitu tanggal 1 dan 15 (kalender cina).

Pembahasan

Kegiatan kerja praktek ini dimulai sejak bulan September 2020 sampai bulan Desember 2020, selama tiga bulan, pada proses kerja praktek ini dilaksanakan observasi, menganalisa perencanaan *promotion mix*, wawancara terhadap pemilik mitra. Perencanaan luaran pada kegiatan ini menerapkan *promotion mix* yang sudah tercantum di laporan sebelumnya. *Promotion mix* yang dicantumkan antara lain pembuatan banner terhadap makanan *promotion*, membuat QR menu agar konsumen dapat melihat menu di HP sendiri,

pembuatan brosur terhadap makanan yang di bawah IDR 40.000, potongan harga kepada konsumen yang membawa rantang sendiri, dan yang terakhir membuat promotion makanan di Instagram Ads.

Dalam *promotion mix* terdapat strategi pertama adalah *advertising*, pada strategi ini akan membuat banner untuk *Cafe Abang* dengan mempromosikan makan yang bisa menarik konsumen, yaitu *steamboat*, *steamboat* dapat untuk 4 orang dengan *free* minuman teh obeng dan tambahan nasi sepuasnya, dan yang kedua nasi keroyokan, untuk 8 orang, mendapatkan *refill* teh obeng sepuasnya.



Gambar 1. Banner Banner pada *Cafe Abang* (nasi keroyokan).



Gambar 2. Banner Banner pada *Cafe Abang* (paket steamboat).

Advertising selanjutnya yaitu pembuatan strategi QR bertujuan untuk mengurangi kontak langsung

antara konsumen dengan pelayanan restoran. Diharapkan melalui strategi ini akan membuat konsumen menjadi lebih aman dan nyaman dalam memilih menu mitra.



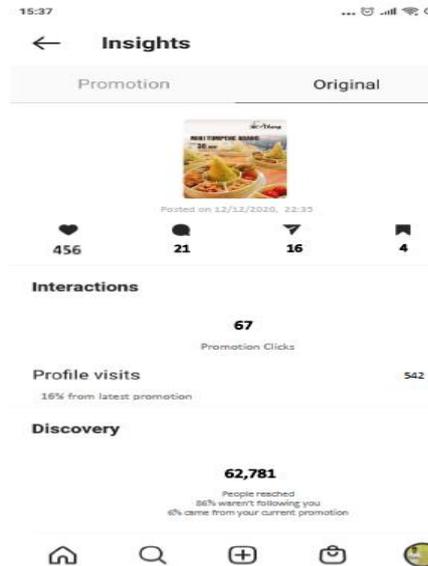
Gambar 3. Rancangan QR menu *Cafe Abang*.

Strategi yang kedua adalah *direct marketing*, pada strategi ini membuat brosur, brosur di bagi di depan atau di dalam Vihara Maitreya, dan juga dapat dibagi melalui online yaitu *share* ke *e-commerce* seperti facebook, instagram, line, whatsapp.

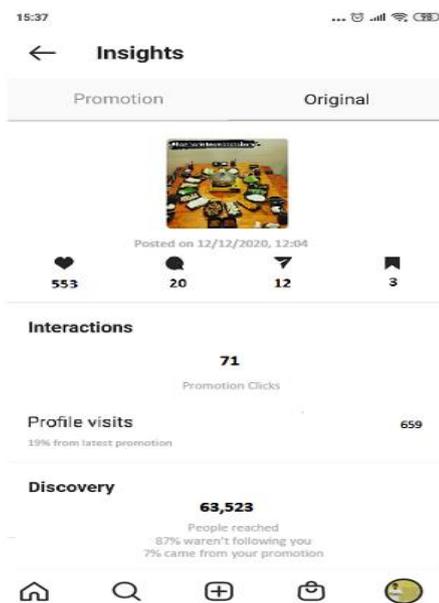


Gambar 4. Rancangan brosur *Cafe Abang*.

Pada tahapan selanjutnya adalah membuat promosi di Ads Instagram, agar dapat menambah pelanggan, dan pelanggan dapat memesan makan lewat gofood, grabfood atau lewat whatsapp dan instagram.



Gambar 5. Ads instagram Nasi Keroyok



Gambar 6. Ads instagram Steamboat

Strategi yang terakhir yaitu *sales promotion, promotion* ini untuk konsumen yang membawa rantang sendiri, agar sampah di dunia dapat berkurang. Potongan dengan sebanyak 10%.



Gambar 7. Rancangan diskon Cafe Abang

Setelah melakukan program kegiatan kerja praktek pada *Cafe Abang* yang dilaksanakan oleh penulis. Dengan kegiatan ini penulis mendapatkan *feedback* yang baik dari pemilik *cafe*, dikarenakan promotion di Ads Instagram, pembuatan banner, pembagian brosur, pembuatan QR menu, dan pemotongan diskon yang dapat membuat nama baik *Cafe Abang*.

Perencanaan pada program ini telah dilaksanakan dan dapat meningkatkan penjualan pada *Cafe Abang* sebanyak 20%. Peningkatan dilihat dari keuangan yang dibuat atau ditunjukkan oleh pemilik *cafe* dan kasir *Cafe Abang*.

Berikut ini lampiran data penjualan yang didapatkan dari pemilik *Cafe Abang* dalam tiga bulan ini :

Bulan	Tahun	Jumlah
Juli	2020	Rp 39.050.000
Agustus	2020	Rp 37.430.000
September	2020	Rp 39.705.000

Table 1. Omset sebelum implementasi

Sebelum melakukan program kerja praktek ini dapat dilihat omset penjualan setiap bulan mengalami

penurunan. Berdasarkan data dibawah ini dapat melihat kenaikan omset penjualan selama tiga bulan terakhir sebanyak 15-20%.

Bulan	Jumlah	%
Oktober'20	Rp 44.150.000	10.07%
November'20	Rp 46.150.000	4.39%
Desember'20	Rp 48.907.000	5.58%
Total		20.04%

Table 2. Omset sesudah implementasi

Kesimpulan

Kesimpulan pelaksanaan kerja praktek ini, kurang lebih tiga bulan, dengan membuat *promotion mix* atau boleh disebut sebagai bauran promosi yang penting dalam tahap penjualan terhadap suatu usaha baik bagi pengusaha besar maupun usaha kecil. Dengan menggunakan *promotion mix*, penjualan dapat meningkat dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Setelah *Cafe Abang* menerima penulis dengan membantu mempromosikan *Cafe Abang* yang sebelumnya belum melakukan strategi *promotion*, dengan promosi secara media periklanan seperti banner, brosur, Ads Instagram, dan pembagian brosur lewat facebook, line, dan whatsapp dapat meningkatkan penjualan. *Cafe Abang* juga terdaftar di gofood dan grabfood, maka banner, brosur dan Ads instagram yang dibuat oleh penulis memasukan nama *Cafe Abang* yang sudah terdaftar di gofood atau pun grabfood agar pelanggan dapat memesan langsung melalui gofood dan grabfood.

Atas izin dan kerja sama dari pihak pemilik mitra, penulis

mengucapkan terima kasih banyak atas kerja sama telah membantu dalam menyelesaikan program PKM ini.

Daftar Pustaka

Joseph Brotherton, MP (1783 - 1857) - Weaste Cemetery. (n.d.). Retrieved January 19, 2021, from <http://www.weasteheritage-trail.co.uk/about/explore-the-cemetery/joseph-brotherton-mp-1783-1857/index.htm>

Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid-19 | Databoks. (n.d.). Retrieved December 15, 2020, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/10/penurunan-penjualan-umkm-imbaspandemi-covid-19>

Simple Guide to Vegetarian Nutrition - Key Elements. (n.d.). Retrieved January 19, 2021, from <https://www.veggienumnum.com/vegetarian-nutrition/>

Vergeer, L., Vanderlee, L., White, C. M., Rynard, V. L., & Hammond, D. (2020). Vegetarianism and other eating practices among youth and young adults in major Canadian cities. *Public Health Nutrition*, 23(4), 609–619. <https://doi.org/10.1017/S136898001900288X>

You, Y. (2020). *Shift Towards Vegan in China During COVID-19: An Online Behavioral Survey Study*. 155(ICEMCI), 298–303.