

BAB III

RENCANA PROMOSI

A. Strategi promosi

Promosi suatu bisnis usaha merupakan hal yang sangat penting sebagai cara untuk memberitahu dan menawarkan informasi produk dengan tujuan menarik calon konsumen. Tujuan utama promosi adalah memunculkan ketertarikan dari konsumen akan produk yang ditawarkan, agar angka penjualan akan meningkat. Menurut Boone dan Kurtz (2011:15) “Promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian“. Dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan media dari pihak pebisnis untuk mengkomunikasikan produk kepada calon konsumen, sebagai upaya mempengaruhi suatu keputusan pembelian suatu produk.

Suatu pemasaran terdapat strategi – strategi promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan. Kegiatan promosi ini dikenal dengan bauran promosi. Menurut Lamb, Hair, dan McDaniel (2001:147) “ bauran promosi adalah kombinasi dari alat promosi termasuk periklanan, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan yang digunakan untuk mencapai sasaran pasar dan memenuhi tujuan organisasi secara keseluruhan”. Berdasarkan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa pentingnya strategi promosi yang efektif dan efisien, agar dapat menentukan target pasar yang tepat,

sehingga dapat meminimalisir pengeluaran biaya untuk kegiatan promosi. Berikut promosi yang akan dilakukan oleh *Nihon Ryouri* :

a. Periklanan

Untuk memberi informasi kepada konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan, *Nihon Ryouri* akan menggunakan strategi promosi salah satunya adalah iklan. Iklan merupakan strategi promosi paling umum digunakan oleh perusahaan untuk membangunkan kesadaran konsumen terhadap keberadaan produk yang di tawarkan. Oleh karena itu promosi periklanan yang akan digunakan oleh penulis adalah media sosial, *flayer*, brosur, dan baliho.

b. Sales Promotion

Dalam bisnis usaha ini akan sangat baik jika dilakukan promosi penjualan yang dilakukan untuk meningkatkan pembelian produk yang di tawarkan kepada konsumen. Dalam hal ini penulis berencana membuat promosi penjualan pada saat *soft opening*, *grand opening*, dan berencana akan ada setiap bulannya. Beberapa promosi penjualan yang direncanakan oleh penulis adalah berupa potongan harga atau diskon diantaranya adalah, memberi kupon terhadap loyalitas konsumen dengan memberikan kupon gratis makan untuk 2 orang yang telah berkunjung sebanyak 10 kali, potongan harga kepada konsumen yang berulang tahun dengan syarat membawa KTP, serta diskon

makan berempati bayar berdua pada saat waktu tertentu. Dengan strategi promosi yang direncanakan tersebut, diharapkan konsumen semakin tertarik dan meningkatnya jumlah kunjungan ke *Nihon Ryouri*.

c. Public Relations

Dalam memperjual belikan produk makanan khas Jepang dari *Nihon Ryouri*, dimana masih banyaknya masyarakat Kota Padang yang tidak mengetahui tentang makanan Jepang, diperlukan *Public Relations* guna membangun citra bisnis usaha yang baik kepada konsumen dan masyarakat sekitar lokasi usaha. Selain itu *Public Relations* juga berfungsi guna mengevaluasi sikap dan pandangan publik terhadap *Nihon Ryouri*, agar mendapat penerimaan dan kesan yang baik dari masyarakat. Maka dari itu penulis telah merencanakan kegiatan-kegiatan *public relations* *Nihon Ryouri* sebagai berikut:

- *Product Publicity*, adalah untuk mempublikasikan produk dari *Nihon Ryouri*.
- *Coorporate Communication*, adalah untuk memasarkan dan mempromosikan kepada masyarakat dan konsumen tentang pemahaman perusahaan.

d. Event

Dalam suatu bisnis usaha menyelenggarakan *event* merupakan suatu strategi pemasaran atau promosi yang cukup baik, guna mendapatkan keuntungan lebih dan menjangkau target pasar yang lebih luas dengan konsumen. *Event* juga berfungsi untuk memperlihatkan kelebihan dan keunggulan produk yang dimiliki dibanding pesaing. Berikut ini adalah beberapa contoh *event* yang akan diselenggarakan oleh *Nihon Ryouri* seperti, *New year party*, dan *Nihon Ryouri anniversary*

Selain dari pada strategi promosi yang telah dijelaskan, perlu adanya rencana strategi promosi jangka panjang. Promosi tersebut menggunakan *event*, dan iklan di media sosial . Tujuan dari promosi adalah supaya konsumen mendapatkan informasi tentang bisnis usaha ini, baik itu produk yang dijual, promosi dan *event* yang dilakukan, dan informasi-informasi lainnya. Untuk meningkatkan jumlah konsumen, meningkatkan kelayakan konsumen, serta untuk mendatangkan konsumen baru. Berikut strategi jangka panjang *Nihon Ryouri* dalam kurun waktu setengah tahun:

TABEL 8

PERENCANAAN KEGIATAN PROMOSI

No.	Waktu	Aktivitas	Media Promosi
1	1 Minggu	Melakukan riset pemasaran. Mengumpulkan dan menganalisis data dari riset pemasaran untuk mengetahui pandangan dan keinginan calon konsumen terhadap bisnis usaha.	-
2	1 Hari	Pembuatan akun media sosial seperti Instagram, , Facebook, dan twitter.	-
3	1 Minggu	Soft Opening Nihon Ryouri. Membagikan kupon untuk konsumen yang datang pada saat <i>soft opening</i> , kupon tersebut dapat dipergunakan di Grand Opening.	Perikalan di media sosial
4	1 Hari	Grand Opening Nihon Ryouri. Mendapatkan diskon dari kupon yang diberikan saat soft opening, dan memberikan card member secara gratis kepada konsumen yang datang dihari tersebut.	Perikalan di media sosial dan mendaftar melalui instagram
5	1 kali dalam 3 bulan	Happy Hour. memberi potongan harga sebesar 30% pada hari rabu, pada pukul 19.00 – 21.00	Pengiklanan di Instagram, dan x banner
6	1 Hari	Independence Day. Memberi potongan harga sebesar 17% untuk konsumen yang datang.	Perikalan di media sosial
9	1 Hari	Influencer Endorsement. Mengundang selebgram Padang untuk makan di <i>Nihon Ryouri</i> dan mempromosikannya pada akun media sosialnya.	Endorsement.
10	2 Hari	Christmas Party and New Year's Eve. Makan berempat, hanya bayar untuk 2 orang	Perikalan di media sosial
12	1 Hari	Valentine Day. Memberikan diskon 50% <i>perpackage</i> kepada setiap pasangan yang datang.	Perikalan di media sosial
13	1 Hari	Food Vlogger. Mengundang tanboy kun untuk makan di <i>Nihon Ryouri</i> dan diupload pada akun youtube miliknya	Youtube
14	1 Hari	Nihon Ryouri Anniversary. Menawarkan diskon potongan harga sebesar 20 % kepada konsumen yang berulang tahun di hari yang sama.	Perikalan di media sosial

Sumber : Olahan Penulis, 2019

B. Media Promosi

Perlu adanya media untuk memaksimalkan kegiatan promosi. Media juga berfungsi sebagai sarana untuk komunikasi dari pihak perusahaan kepada konsumennya mengenai produk atau jasa yang disediakan. Media promosi berupa media sosial, baliho, brosur, dan banner adalah media promosi yang akan digunakan oleh *Nihon Ryouri*, yang tujuan utamanya adalah untuk memberi informasi mengenai bisnis usaha serta memperkenalkan *Nihon Ryouri* kepada masyarakat kota Padang.

Penulis berencana mempergunakan media promosi berbayar, seperti mendaftarkan *Nihon Ryouri* pada instagram ads. Media promosi ini dilakukan agar menjangkau konsumen lebih luas dan memaksimalkan profit perusahaan. Selain itu akan mendaftarkan aplikasi zomato dan tripvisor juga akan digunakan sebagai media promosi dari bisnis usaha ini, sehingga konsumen dapat langsung memberikan *review* dan *rating* terhadap *Nihon Ryouri*.

Maka dari itu, berikut contoh desain-desain promosi yang akan ditampilkan pada media sosial, brosur, dan *banner* oleh *Nihon Ryouri*:

GAMBAR 5
MEDIA PROMOSI POSTER & BROSUR



Sumber : Olahan Penulis, 2019

Pada gambar di atas merupakan salah satu brosur di *Nihon Ryouri* yang akan memberikan diskon 30% pada saat soft opening ,lalu ada juga card member yang akan diberikan untuk para customer yang datang di soft opening.

C. Biaya Media Promosi

Pada Tabel dapat dilihat beragam rencana kegiatan promosi dari *Nihon Ryouri* dalam satu tahun. Tabel berikut akan memaparkan biaya yang dibutuhkan dalam pembuatan promosi-promosi tersebut:

TABEL 9
BIAYA PROMOSI NIHON RYOURI

No.	Promosi	Budget
1	Soft Opening	Rp.2.080.000,-
2	Grand Opening	Rp.1.980.000,-
3	Happy Hour	Rp.700.000,-
4	Valentine Days	Rp.480.000,-
5	Independence Days	Rp.480.000,-
6	Influencer Endorsment	Rp.2.000.000,-
7	Christmas Party & New Year Eve	Rp.330.000,-
8	<i>Nihon Ryouri</i> Anniversary	Rp.580.000,-
Grand Total		Rp.74.250.000,-

Sumber : Olahan Penulis, 2019

Berdasarkan tabel dapat dilihat rincian biaya promosi *Nihon Ryouri* dalam kurun 1 tahun. Rincian biaya promosi tersebut terdiri dari, biaya periklanan, , *endorsement*, dan *banner* dari peralatan yang digunakan untuk *event*. Dari data di atas dapat dilihat total pengeluaran semuanya berjumlah Rp.74.250.000,-

