

BAB III

RENCANA PROMOSI DAN PEMASARAN

A. Strategi Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2012:27) “bahwa pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi”.dari kutipan tersebut penulis menyimpulkan bahwa promosi adalah alat yang digunakan oleh pelaku pemasar untuk memberikan sebuah informasi tentang produknya, untuk menjadi café yang dikenal banyak orang media promosi adalah salah satu cara untuk menunjang hal tersebut.

Oleh karena itu berdasarkan target pasar yang dituju oleh penulis adalah rata-rata kaum *milenial* yang dari mana mereka menggantungkan kehidupan mereka kedalam social media, maka penulis berencana untuk melakukan promosi yang banyak dilakukan melalui social media.

Berikut adalah promosi yang akan digunakan oleh Vinn’s 90’s café :

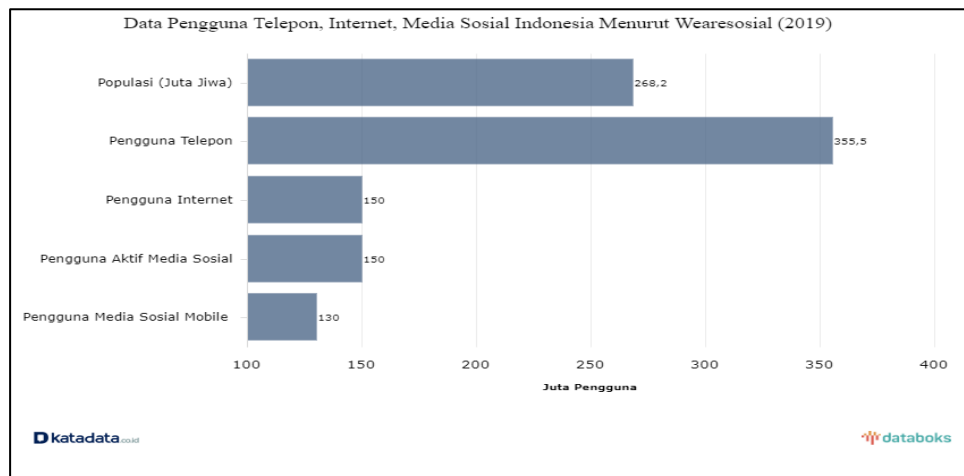
- Promosi saat café belum resmi buka.
- Promosi saat hari pertama café resmi buka.
- Membuat calender acara.
- Membuat Official Accaount di berbagai media social.

B. Media Promosi

Media promosi adalah satu cara untuk mempromosikan product atau perusahaan atau brand agar dikenal masyarakat lebih luas. Ada berbagai macam media promosi mulai dari yang paling terjangkau hingga paling mahal. Salah satu media promosi atau alat promosi yang paling tua adalah mulut ke mulut, oleh karena itu penulis lebih mengutamakan *experiential marketing* dengan cara menghadirkan fasilitas permainan yang sangat populer pada tahun 90an, dengan begitu konsumen akan merasakan nostalgia akan masa kanak-kanaknya.

GAMBAR 3.1

PRESENTASE PEGGUNA MEDIA SOCIAL DI INDONESIA PADA TAHUN 2019



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>

Dari tabel di atas menjelaskan bahwa pengguna media internet (social Media) di Indonesia sebanyak 150 juta jiwa atau sebesar 56% dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sekitar 20% dari tahun kemarin, yang berarti setiap tahunnya akan terus mengalami peningkatan.

Berdasarkan gambar di atas maka penulis memilih media (Instagram, Youtube, Facebook) promosi melalui media social karena mengincar target kaum muda yang berumur 16-25 tahun karena pada umur seperti mereka adalah yang mendominasi menggunakan social media di kehidupan sehari harinya.

C. Biaya Promosi

Dalam melakukan promosi tentu akan menggunakan biaya tergantung pada media apa yang akan kita gunakan. Agar usaha tidak merugi maka harus ada perhitungan yang tepat untuk memasarkan product yang akan kita jual. Berikut adalah rincian promosi dan biaya yang akan dilakukan Vinn's 90's café :

- Promosi awal (1 bulan pertama)

TABEL 3.1
PROMOSI AWAL VINN'S

promosi	Target	Media	Perkiraan Biaya
Perkenalan Vinns	memperkenalkan masyarakat Cimahi dan Bandung dengan Vinn's dan mengetahui grand opening	Media Social (Instagram, Facebook, youtube)	Free
Perkenalan Vinns	menarik Pasar agar datang ke Vinn's	Instagram Influencer	Rp. 450.000 (3x dalam sebulan datang ke café dan update di instastory)

bayar seikhlasnya	memperkenalkan masyarakat cimahi dengan Vinn's dan mengetahui grand opening	instagram	Rp. 500.000 (di hitung dari cost yang keluar)
-------------------	---	-----------	---

Sumber : Olahan Penulis, 2019

- Promosi Bulanan

TABEL 3.2

PROMOSI BULANAN VINN'S

promosi	Target	Media	Perkiraan Biaya
Diskon 20% (setiap jumat malam)	Membuat konsumen mengetahui bahwa product Vinn's bisa di pesan melalui aplikasi HP	Gojek, Grab, Instagram.	10% dari revenue bulan sebelumnya
diskon 10% (Follow official account ig,facebook)	Membuat lebih banyak yang datang ke Vinn's	On the spot	5% dari revenue bulan sebelumnya

Sumber : Olahan Penulis, 2019

- Promosi Event

TABEL 3.3
PROMOSI BERDASARKAN EVENT CALENDER

promosi	Target	Media	Perkiraan Biaya
Promosi tanggal/event penting	Memberitahu kepada konsumen agar tertarik datang karena Vinns memiliki banyak promosi setiap bulannya	Instagram advertising	Rp. 1.000.000 (di post 3x seminggu dalam kurun waktu 1 bulan)

Sumber : Olahan Penulis, 2019