

## **BAB III**

### **RENCANA PROMOSI / PEMASARAN**

#### **A. Strategi Promosi**

Salah satu faktor penting dalam melakukan perencanaan usaha kuliner yaitu, dengan adanya strategi promosi atau pemasaran yang baik, tanpa adanya strategi promosi atau pemasaran yang baik maka penjualan akan sulit mencapai hasil yang maksimal, dan strategi pemasaran juga berfungsi sebagai penentu nilai ekonomi perusahaan tersebut seperti barang dan jasa. Terdapat tiga faktor penentu untuk nilai harga suatu barang dan jasa, sebagai berikut :

- a. Produksi
- b. Pemasaran
- c. Konsumsi

Menurut Moekijat ( 2000:443) “strategi promosi adalah kegiatan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan mengarahkan komunikasi yang dapat meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.” Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2013 :174) ada beberapa variabel-variabel yang terdapat pada strategi promosi seperti periklanan, hubungan masyarakat, acara dan pengalaman, promosi penjualan, , pemasaran dari mulut ke mulut, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, dan penjualan personal. Sehingga berdasarkan teori tersebut, penulis akan membuat strategi promosi Restoran *Delicieux Salad Bar*, sebagai berikut :

a. Periklanan ( *Advertising* )

- Penulis akan menyebarkan iklan di tempat- tempat olahraga seperti lapangan olahraga, tempat gym, dan juga kampus dengan menggunakan *flyer* dengan ukuran A5 ( 21cm x 14.8 cm).
- Penulis akan memasang banner di depan restoran berada dengan ukuran *banner* 2 x 4 m

b. Promosi Penjualan

- Penulis akan mengadakan sebuah promo *Soft Opening* Restoran *Delicieux Salad Bar*, dimana tamu yang datang ke restoran pada hari *soft opening* akan di *discount* 50% untuk semua pembelian makanan dan minuman.
- Penulis akan membuat promo discount 50% pada hari-hari besar seperti *chinese new years, iftar promotion*, untuk para tamu yang datang pada tanggal promosi tersebut.
- Penulis akan mengadakan promo akhir bulan, dimana semua makanan dan minuman akan di *discount* 25% setiap akhir bulan.
- Penulis akan membuat *stamp card*, dimana *stamp card* tersebut akan di *stamp* setiap kedatangan tamu ke Restoran *Delicieux Salad Bar*, apabila tamu tersebut sudah memenuhi *stamp* sebanyak 8 kali kedatangan, maka tamu tersebut akan mendapatkan 1 hidangan premium dari Restoran *Delicieux Salad Bar*.

c. Acara dan pengalaman

- Sebelum hari *soft opening* penulis akan mengundang para *food blogger* dan *food reviewer* kota Bandung untuk datang dan mencicipi makanan dan minuman yang di sediakan di Restoran *Delicieux Salad Bar*.

d. Hubungan Masyarakat

- Penulis akan membangun citra yang baik dengan para konsumen dengan cara meminta langsung pendapat, saran, ataupun keluhan dari para konsumen yang datang ke Restoran *Delicieux Salad Bar* dan berusaha untuk menjadikan restoran ini seperti apa yang diharapkan bagi konsumen.
- Tidak hanya kepada konsumen penulis juga akan berusaha membangun citra yang baik dengan para *supplier* dengan membayar tepat waktu.
- Penulis juga akan mempersilahkan media-media yang ingin meliput langsung seperti apa Restoran *Delicieux Salad Bar* ini.

e. Pemasaran langsung

- Penulis akan membuat email, telfon tersendiri untuk restoran ini yang dikhususkan untuk para tamu yang ingin memesan tempat, ataupun mengadakan acara di restoran ini serta para tamu yang ingin memberikan saran, pendapat, ataupun keluhan kepada restoran ini melalui email, ataupun telfon.

f. Pemasaran Interaktif

- Penulis akan membuat media sosial sendiri untuk Restoran *Delicieux Salad Bar*, seperti Instagram, dimana Instagram ini akan memuat info yang ada di Restoran *Delicieux Salad Bar* seperti produk yang dijual, promosi, dan lainnya.

- Penulis juga akan bekerja sama dengan situs online seperti *Go-jek*, *GrabFood*.

g. Pemasaran dari mulut ke mulut

- Dimana Penulis dan karyawan akan menyampaikan informasi tentang Restoran *Delicieux Salad Bar* ini secara langsung maupun tidak langsung.

h. Penjualan pribadi

- Dimana penulis serta karyawan yang ada di Restoran *Delicieux Salad Bar* ini akan menjual produk secara langsung dan melayani tamu secara langsung di Restoran *Delicieux Salad Bar* ini.

## **B. Media Promosi**

Dalam menjalankan strategi promosi, tentu saja harus terdapat media yang akan dijadikan promosi. Menurut Pujiriyanto (2005: 15) secara umum media promosi mempunyai arti sarana untuk mengomunikasikan suatu produk ,jasa, atau *brand* suatu perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal oleh masyarakat lebih luas. Media promosi sendiri dapat berupa :

- a. Media cetak
- b. Media Elektronik
- c. Iklan *outdoor*

Berikut adalah beberapa media cetak dan media elektronik berupa *banner*, brosur (*flyer*), dan iklan di media sosial yang akan di gunakan oleh penulis sebagai media promosi Restoran *Delicieux Salad Bar*.

**GAMBAR 11**  
**MEDIA PROMOSI FLYER DAN BANNER**  
**SOFT OPENING RESTORAN DELICIEUX SALAD BAR**



COME CELEBRATE OUR

**SOFT OPENING**

**DELICIEUX SALAD BAR**

Get 50% discount for all menu items

*Open daily 10 AM to 08 PM*  
*only on 15.01.2020*

JL. IR.H. JUANDA NO. 125, LB. SILIWANGI, KECAMATAN  
COBLONG, KOTA BANDUNG, JAWA BARAT (022) 7331999

Sumber : olahan penulis 2019

Pada gambar 11, merupakan contoh brosur (*flyer*) dan *banner* untuk *soft opening promotion* dimana brosur ini akan dibagikan ke tempat-tempat olahraga seperti lapangan olahraga, tempat gym, *mall-mall* dan juga beberapa kampus yang ada di Kota Bandung, serta *banner* ini akan dipasang di beberapa titik seperti di depan restoran ini. Adapun beberapa *banner dan flyer* promosi lainnya untuk promosi hari-hari besar seperti *chinnese new years* dan promo akhir bulan. Sebagai berikut :

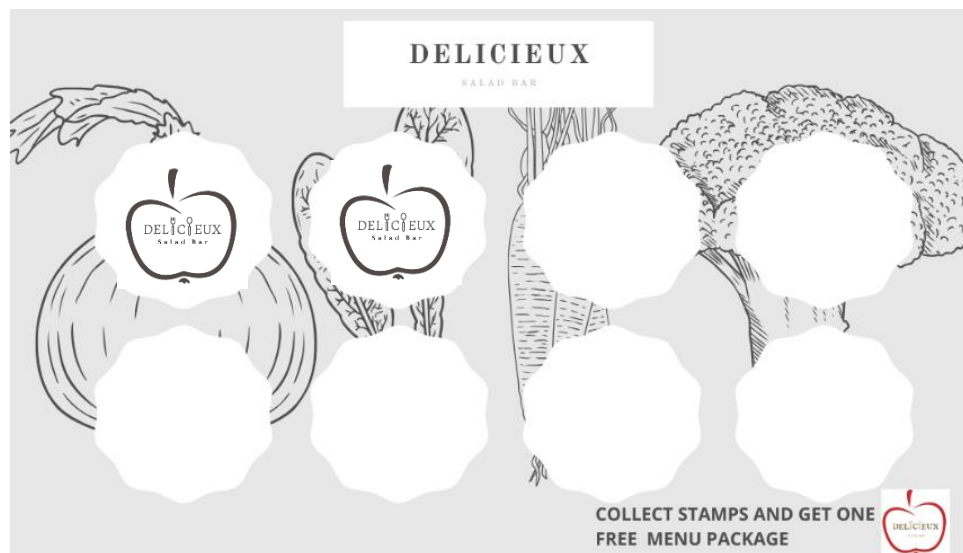
**GAMBAR 12**  
**MEDIA PROMOSI *BANNER CHINESE NEW YEARS***  
***PROMOTION DAN PROMOSI AKHIR BULAN***  
**RESTORAN *DELICIEUX SALAD BAR***



Sumber : olahan penulis 2019

Pada gambar 12 , merupakan *banner* untuk promosi hari-hari besar seperti *Chinese new years* dan promosi akhir bulan, seperti dengan promosi *soft opening*, *banner* ini akan di pasang didepan restoran berada, selain promosi tersebut penulis juga akan membuat *stamp card* seperti pada gambar 13.

**GAMBAR 13**  
**MEDIA PROMOSI *STAMP VOUCHER***  
**RESTORAN *DELICIEUX SALAD BAR***



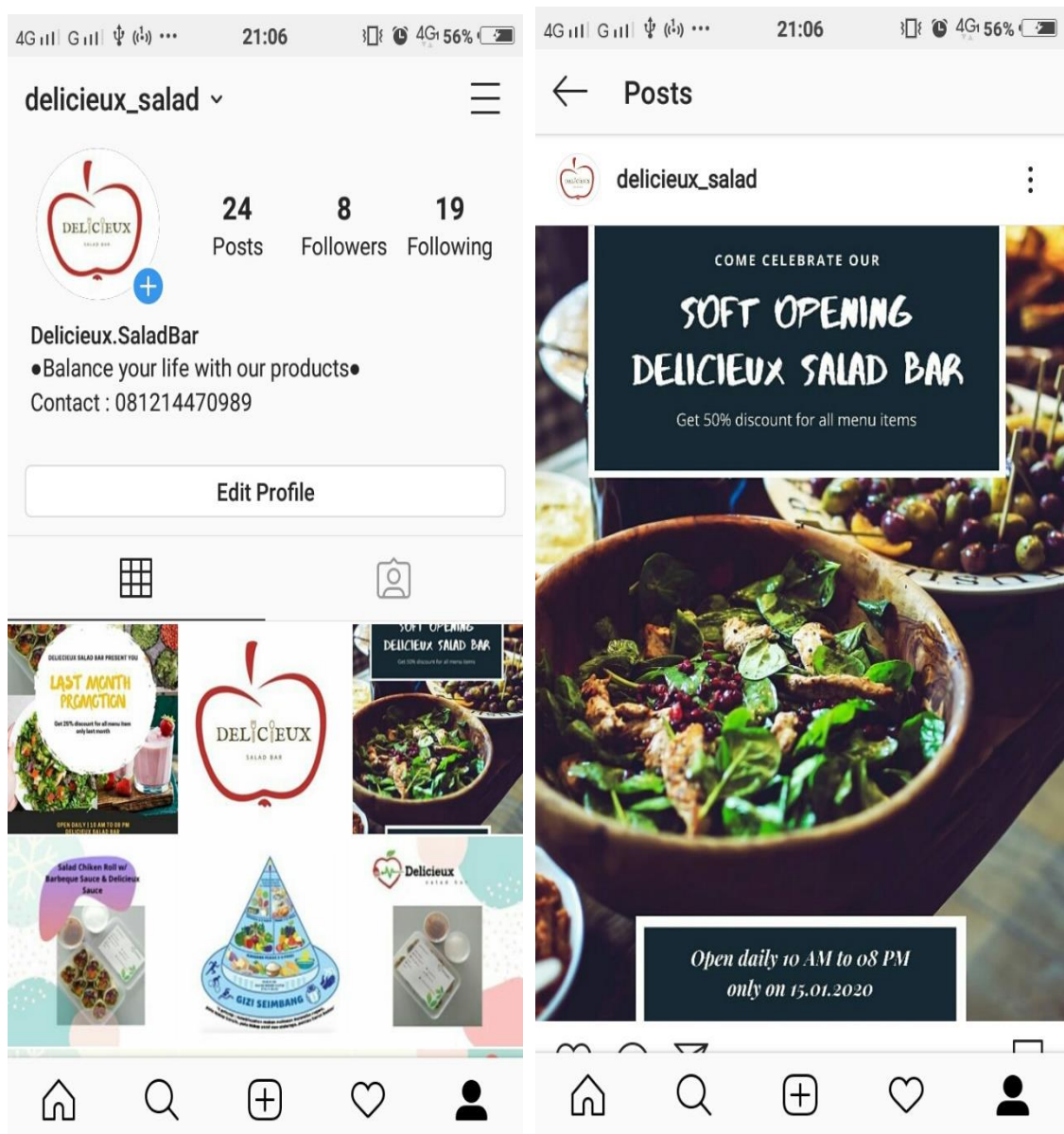
Sumber : Olahan Penulis 2019

Pada gambar 13, seperti yang sudah penulis jelaskan di strategi promosi bahwa penulis akan membuat sebuah *stamp voucher*, dimana kartu ini akan di *stamp* setiap tamu datang dan membeli produk restoran *delicieux salad bar*, apabila kartu tersebut sudah terisi penuh sebanyak 8 kali *stamp*, maka tamu akan mendapatkan 1 porsi paket menu premium dan dapat memilih hidangan sesuai dengan pilihan tamu.



Promosi- promosi yang terdapat di restoran *Delicieux Salad Bar* ini akan dipublikasikan juga melalui *Instagram* khusus *Delicieux Salad Bar* yang akan dibuat dan dikelola langsung oleh penulis, seperti pada gambar 14.

### GAMBAR 14 MEDIA SOSIAL INSTAGRAM RESTORAN DELICIEUX SALAD BAR



Sumber : Olahan penulis 2019



Berdasarkan pada gambar 14 diatas, penulis telah membuat salah satu media sosial yaitu Instagram yang digunakan untuk menyebarkan promosi atau info-info lainnya tentang restoran *delicieux salad bar* ini, sehingga para konsumen dapat melihat melalu media sosial tersebut dan memudahkan penuli untuk melangsungkan strategi promosi yang sudah disusun.

#### d. Biaya Promosi

Untuk mendukung sebuah perencanaan promosi dalam bentuk berbagai media, tentu saja ada beberapa biaya yang perlu dikeluarkan untuk pemasaran ini. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan produk yang ada baik secara langsung maupun tidak langsung untuk meningkatkan ataupun mempertahankan nilai penjualan . Berikut adalah penjabaran biaya promosi yang di keluarkan untuk promosi Restoran *Delicieux Salad Bar* secara langsung maupun tidak langsung.

**TABEL 8**  
**PROYEKSI BIAYA PROMOSI**  
**RESTORAN DELICIEUX SALAD BAR**

Media Promosi	Januari	Febuari	Maret	April	Mei	Juni
Brosur/flyer	Rp 200,000					
Banner Besar(2x4)	Rp 1,200,000	Rp 600,000			Rp 600,000	
Instagram ads	Rp 1,650,000	Rp 1,650,000	Rp 1,650,000	Rp 1,650,000	Rp 3,190,000	Rp 1,650,000
Stamp Card		Rp 100,000				
<b>Total</b>	<b>Rp 3,050,000</b>	<b>Rp 2,350,000</b>	<b>Rp 1,650,000</b>	<b>Rp 1,650,000</b>	<b>Rp 3,790,000</b>	<b>Rp 1,650,000</b>

Media Promosi	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Brosur/flyer						Rp -
Banner Besar(2x4)						Rp 600,000
Instagram ads	Rp 1,650,000	Rp 2,860,000	Rp 1,650,000	Rp 1,650,000	Rp 1,650,000	Rp 1,650,000
Stamp Card						
<b>Total</b>	<b>Rp 1,650,000</b>	<b>Rp 2,860,000</b>	<b>Rp 1,650,000</b>	<b>Rp 1,650,000</b>	<b>Rp 1,650,000</b>	<b>Rp 2,250,000</b>
<b>Grand Total</b>				<b>Rp 25,850,000</b>		

Sumber : Olahan penulis 2019

Berdasarkan pada tabel 8, biaya promosi dalam setahun yang dikeluarkan untuk pemasaran restoran *delicieux salad bar* berjumlah Rp. 25.850.000 dengan media promosi seperti brosur, banner, *Instagram ads*, dan *stamp card* untuk konsumen.