

BAB III

RENCANA PROMOSI / PEMASARAN

A. Strategi Promosi

Dalam membuat suatu usaha bisnis promosi atau pemasaran merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan untuk menentukan penjualan pada usaha tersebut nantinya. Dikutip dari Swastha & Irawan (2008 : 5) “Pemasaran yakni salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha yang mana dalam usahanya itu untuk mempertahankan hidup, berkembang dan juga mendapatkan untung yang besar.”

Untuk mempunyai pemasaran yang bagus perlu didukung dengan adanya strategi pemasaran yang sesuai atau biasa juga disebut dengan *marketing mix*. Dikutip dari Sumarmi & Soeprihanto (2010 : 274) “*Marketing mix* adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Dengan kata lain *marketing mix* adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen.” Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan, maka strategi pemasaran dari *lounge* yang akan dibuat adalah sebagai berikut :

a. Strategi Produk

Dalam mengembangkan suatu produk ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan salah satunya terdapat pada logo, dalam logo Zamrud

Khatulistiwa *Lounge* sendiri terdapat *tagline* “Indonesia Punya Rasa” yang menegaskan bahwa *lounge* ini akan menyajikan produk yang memiliki citra rasa Indonesia.

Untuk penyajian produk sendiri tentunya dikemas secara lebih mederen sehingga konsumen dapat mengingat bahwa penyajian menu tradisional di *lounge* ini berbeda dari biasanya.

b. Strategi Harga

Harga merupakan hal penting yang dapat menentukan terjual atau tidaknya suatu produk yang akan ditawarkan. Zamrud khatulistiwa *Lounge* sendiri memiliki harga mulai dari Rp. 35.000,- sampai Rp. 55.000,- dengan produk yang ditawarkan berbeda dengan pesaing di sekitar lokasi usaha. Didukung dengan hasil kuesioner yang telah dilakukan dimana banyak konsumen tidak keberatan untuk mengeluarkan jumlah uang tersebut untuk produk makanan tradisional.

c. Strategi Distribusi

Distribusi akan dilakukan secara langsung yaitu di lokasi Zamrud Khatulistiwa *Lounge*, maka dari itu lokasi merupakan hal penting yang berperan untuk memudahkan konsumen untuk datang ke *lounge* yang akan dibuat. Untuk Lokasi sendiri penulis memilih Harapan Indah karena merupakan salah satu sentra kuliner di kota Bekasi seperti yang sudah dijelaskan di bab I, hal ini menyebabkan banyaknya konsumen yang datang ke Harapan Indah hanya untuk berwisata kuliner.

d. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dapat menarik perhatian konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan, dalam praktiknya promosi dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Pemasaran langsung dikutip dari Suyanto (2009 : 219) “Adalah sistem pemasaran yang memakai saluran langsung untuk mencapai konsumen dan menyerahkan barang/ jasa kepada konsumen tanpa adanya perantara. Untuk menghasilkan tanggapan dan / atau transaksi yang dapat diukur pada suatu lokasi.” Sedangkan pemasaran tidak langsung dikutip dari Wikipedia “Merupakan strategi untuk mempromosikan suatu produk atau jasa yang ditujukan untuk menyentuh pikiran dan perasaan konsumen.”

Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan, penulis tertarik untuk menggunakan kedua cara pemasaran tersebut agar lebih maksimal. Salah satu promosi yang dilakukan juga yakni memberikan potongan harga di waktu-waktu tertentu, seperti pada *soft opening* di 2 minggu pertama akan ada potongan harga sebesar 15%, potongan harga Rp. 17.000,- pada saat hari kemerdekaan Republik Indonesia tentunya dengan syarat dan ketentuan berlaku.

B. Media Promosi

Untuk memperkenalkan produk yang akan dijual kita memerlukan adanya media promosi agar konsumen mengetahui produk tersebut. Penulis memilih untuk menggunakan beberapa media promosi, yaitu :

I. Banner dan Brosur

GAMBAR 3.1

BANNER & BROSUR SOFT OPENING



Sumber : Desain Penulis, 2019

Gambar di atas nantinya akan digunakan sebagai *banner* dan juga brosur dengan ukuran 240 x 400 cm sebagai banner dan berukuran A5 sebagai brosur. Nantinya banner akan dipasang tepat di depan *lounge* dan untuk brosur akan dibagikan di sekitar daerah *lounge*.

II. Instagram

GAMBAR 3.2

PROMOSI SOFT OPENING DI INSTAGRAM



Sumber : Desain Penulis, 2019

Penulis juga melakukan promosi melalui instagram agar konsumen yang dijangkaupun lebih luas dan lebih efisien. Dari gambar diatas penulis memberi informasi bahwa untuk *soft opening* akan ada diskon sebesar 15% dengan syarat dan ketentuan, yaitu konsumen yang ingin mendapatkan diskon tersebut harus menunjukkan bukti bahwa mereka *follow* instagram *ZamKha Lounge* dan juga upload foto mereka ketika sedang di *ZamKha Lounge* ke *story* instagram ataupun *feed* instagram.

Penulis melakukan syarat dan ketentuan seperti diatas karena dengan konsumen tersebut membagikan sesuatu tentang *ZamKha Lounge* di akun instagramnya

masing-masing maka secara tidak langsung mereka ikut serta untuk mempromosikan *ZamKha Lounge* kepada teman temannya.

GAMBAR 3.3

PROMO HARI KASIH SAYANG DI INSTAGRAM



Sumber : Desain Penulis, 2019

Gambar diatas adalah promo untuk hari kasih sayang, penulis melakukan promosi beli 2 gratis 1 dimana 2 produk yang akan dibayar adalah yang lebih mahal dan 1 produk yang lebih murah akan dihitung gratis. Promo inipun memiliki syarat dan ketentuan yang dimana konsumen harus mengikuti akun instagram *ZamKha lounge* dan juga mengunggah foto produk makanan atau minuman yang mereka

pesan ke instagram dengan menggunakan hastag #rayakanvalentinediZamKha dan tidak lupa *tag* instagram dari ZamKha Lounge.

GAMBAR 3.4

PROMO HARI KARTINI DI INSTAGRAM



Sumber : Desain Penulis, 2019

Untuk memperingati hari Kartini penulis juga mengadakan promosi melalui instagram, promosi yang diberikan adalah konsumen akan mendapatkan potongan 21% setiap minimal pembelian 1 produk makanan dan 1 produk minuman. Syarat dan ketentuan yang diberikan pun konsumen cukup mengikuti akun instagram ZamKha Lounge dan juga mengunggah fotonya seestetik mungkin ketika berada di ZamKha Lounge kemudian tag akun instagram ZamKha Lounge.

GAMBAR 3.5

PROMO HARI KEMERDEKAAN DI INSTAGRAM



Sumber : Desain Penulis, 2019

Gambar diatas adalah promosi yang dilakukan untuk merayakan kemerdekaan Indonesia melalui instagram, promo yang akan didapatkan konsumen adalah potongan Rp.17.000 ,- dengan cara datang ke *ZamKha Lounge* memakai *outfit* berwarna merah atau putih. Sama seperti syarat-syarat sebelumnya, konsumen harus mengunggah momen ketika berada di *ZamKha Lounge* dan *tag* ke akun instagram *ZamKha Lounge*.

III. Radio

Penulis memilih radio Dakta untuk mempromosikan *lounge* ini, karena salah satu radio yang cukup terkenal di daerah Bekasi.

C. Biaya Promosi

TABEL 3.1
BIAAYA PROMOSI 2020

No	Bulan	Aktivitas	Media Promosi	Biaya Promosi		Total biaya
				Harga	Jumlah	
1	Januari	Pemasangan iklan di	Instagram	Rp 35,700	7 Hari	Rp 249,900
		Pembuatan banner	Banner	Rp 250,000	1	Rp 250,000
		Pembuatan 100	Brosur	Rp 100	300	Rp 30,000
Total						Rp 529,900
2	Februari	Pemasangan iklan di instagram ads selama 7 hari	Instagram	Rp 35,700	7 Hari	Rp 249,900
		Pemasangan iklan di twitter ads untuk promo hari kasih	Twitter	Rp 400,000	2 Hari	Rp 800,000
		Endorsment	Instagram	Rp2,500,000	1 Hari	Rp 2,500,000
Total						Rp 3,549,900
3	Maret	Pembuatan 50 brosur ukuran A5	Brosur	Rp 100.00	100	Rp 10,000
		Endorsment	Instagram	Rp2,500,000	1 hari	Rp 2,500,000
Total						Rp 2,510,000
4	April	Pemasangan iklan di instagram ads selama 7 hari	Instagram	Rp 37,500	7 Hari	Rp 262,500
		Pemasangan iklan di twitter ads untuk promo hari kasih sayang selama 2 hari	Twitter	Rp 400,000	2 Hari	Rp 800,000
		Endorsment	Instagram	Rp 2,500,000	1 Hari	Rp 2,500,000
Total						Rp 3,562,500
5	Mei	Pemasangan iklan di radio dakta selama 1 hari	Radio	Rp 500,000	1 Hari	Rp 500,000
		Endorsment	Instagram	Rp 2,500,000	1 Hari	Rp 2,500,000
Total						Rp 3,000,000
6	Juni	Pemasangan iklan di twitter ads untuk promo hari kasih sayang selama 2 hari	Twitter	Rp 400,000	2 Hari	Rp 800,000
		Endorsment	Instagram	Rp 2,500,000	1 Hari	Rp 2,500,000
Total						Rp 3,300,000

Sumber : Olahan Penulis, 2019

TABEL 3.1
(lanjutan)

7	Juli	Pemasangan iklan di radio dakta selama 1 hari	Radio	Rp 500,000	1 Hari	Rp 500,000
		Endorsment	Instagram	Rp 2,500,000	1 Hari	Rp 2,500,000
Total						Rp 3,000,000
8	Agustus	Pemasangan iklan di instagram ads selama 7 hari	Instagram	Rp 37,500	7 Hari	Rp 262,500
		Pemasangan iklan di twitter ads untuk promo hari kasih sayang selama 2 hari	Twitter	Rp 400,000	2 Hari	Rp 800,000
		Pembuatan banner untuk promo kemerdekaan ukuran 240x400cm	Banner	Rp 250,000	1	Rp 250,000
Total						Rp 1,312,500
9	September	Pemasangan iklan di	Radio	Rp 500,000	1 Hari	Rp 500,000
Total						Rp 500,000
10	Oktober	Endorsment	Instagram	Rp 2,500,000	1 Hari	Rp 2,500,000
		Pemasangan iklan di instagram ads	Instagram	Rp 37,500	7 Hari	Rp 262,500
Total						Rp 2,762,500
11	November	Endorsment	Instagram	Rp 2,500,000	1 Hari	Rp 2,500,000
Total						Rp 2,500,000
12	Desember	Pemasangan iklan di	Instagram	Rp 37,500	7 Hari	Rp 262,500
		Pemasangan iklan di twitter ads untuk promo hari kasih sayang selama 2 hari	Twitter	Rp 400,000	2 Hari	Rp 800,000
		Endorsment	Instagram	Rp 2,500,000	1 Hari	Rp 2,500,000
Total						Rp 3,562,500
Grand Total						Rp 30,089,800

Sumber : Olahan Penulis, 2019