

## Penerapan *Promotion Mix* Pada Pujasera Pasir Putih

Immanuel Zai<sup>1</sup>, Ricky<sup>2</sup>,

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Internasional Batam

e-mail: Immanuel.zai@uib.edu<sup>1</sup>, [1941097.Ricky@uib.edu](mailto:1941097.Ricky@uib.edu)<sup>2</sup>

Received: 10 June 2023, revised: 20 July 2023, Accepted: 9 August 2023

DOI: <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i3.634>

### Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan *Promotion Mix* pada Pujasera Pasir Putih. Teknik dari pengumpulan data pada kegiatan ini menggunakan metode kualitatif studi kasus. Pengabdian masyarakat ini menghasilkan luaran berupa akun sosial media, Website, menu, dan brosur guna dalam melakukan promosi. Penerapan *promotion mix* menunjukkan bahwa terdapat peningkatan dari segi omset perusahaan pada penjualan minuman di tiga bulan terakhir yaitu oktober, November, dan Desember.

**Kata kunci:** Baruan Promosi, Sosial Media, Pujasera

### Abstract

*The community service activity aims to apply Promotion Mix to the White Sand Food Court. Data collection technic in this activity using qualitative methods case study. The community service activity output in the form of social media accounts, websites, menus, and brochures for promotion. The implementation of promotion mix shows that there has been an increase in terms of company turnover in beverage sales in the last three months, namely October, November, and December.*

**Keywords:** Promotion Mix, Social media, Foodcourt

## 1. PENDAHULUAN

Marketing adalah cara yang dilakukan untuk meningkatkan penghasilan organisasi dan mengenalkan produk kepada konsumen (Nurjanah & Rian, 2021) Promosi dapat membantu untuk meningkatkan kesadaran akan merek pada konsumen yang mengarah kepada pembangunan loyalitas suatu merek dan meningkatkan penghasilan (Purwianti, 2023). Menurut Astutik & Achsa (2020) *Promotion Mix* merupakan media yang digunakan untuk berkomunikasi dengan konsumen yang memiliki unsur promosi, produk, harga, dan distribusi.

Perkembangan teknologi pada saat ini khususnya di Indonesia memiliki perkembangan yang cukup pesat. Industri perusahaan didorong untuk menggunakan teknologi seiring perkembangannya dalam tujuan membantu meningkatkan omset perusahaan. Sosial media merupakan salah satu media perusahaan dalam membawa perusahaan menuju ke era digitalisasi guna untuk melakukan interaksi secara tidak langsung terhadap konsumennya. Media yang dapat membantu perusahaan menuju era digitalisasi yaitu media sosial dan situs web. Peran sosial media dan situs web dalam industri kuliner dapat memperkenalkan kepada konsumen akan produk yang disediakan oleh perusahaan tersebut. Serta, membantu menarik minat konsumen dan memaksimalkan penjualan atau omset.

Pada saat ini, penerapan sosial media marketing pada industri kuliner telah mulai tersebar di Indonesia khususnya di kota Batam. Penerapan sosial media marketing di Pujasera Pasir Putih dinilai masih belum diterapkan oleh manajemen pujasera. Hal tersebut dapat menyebabkan Pujasera Pasir Putih tidak dapat mencakup wilayah pemasaran yang lebih luas. Berbeda halnya dengan pesaing-pesaing dari Pujasera Pasir Putih seperti A2 Foodcourt dan Nagoya Foodcourt yang telah menerapkan sosial media marketing seperti instagram.

Omset yang dapat dihasilkan oleh Pujasera Pasir putih ini adalah sekitar Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 6.000.000,-. Per hari. Omset yang dihasilkan berasal dari penjualan minuman harian di Pujasera tersebut. Omset dari penjualan minuman dapat dikatakan kecil yang disebabkan oleh kurangnya penerapan promosi pada pujasera tersebut. Maka dari itu, kerja praktek ini difokuskan kepada penerapan *Promotion Mix* pada Pujasera Pasir Putih .

## 2. METODE

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada kerja praktek ini adalah dengan metode kualitatif. Menurut Ghoni & Al-Manshur (2019) metode kualitatif merupakan penelitian dengan data yang diperoleh tidak berupa angka melainkan bersifat observasi lapangan. Salah satu kegiatan dalam observasi lapangan yaitu dengan melakukan wawancara secara langsung dengan pemangku kepentingan perusahaan. Wawancara merupakan komunikasi antara dua arah yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang telah disiapkan secara lisan (Suprayogi et al., 2022). Setelah mendapatkan beberapa wawancara dengan pemilik dan pemangku kepentingan pada perusahaan tersebut, penulis meneliti permasalahan apa yang terdapat pada perusahaan kerja praktek tersebut.

Terdapat 3 tahapan pelaksanaan dalam kegiatan kerja praktek ini yaitu tahap persiapan, tahap penilaian, dan tahap penilaian. Tahap persiapan diawali dengan melakukan survey lokasi dari Pujasera Pasir Putih, kemudian dilanjutkan dengan wawancara dengan Manajer dari pujasera terkait informasi dan permasalahan yang akan diselesaikan oleh penulis.

Tahap kedua dalam kegiatan kerja praktek ini yaitu tahap pelaksanaan. diawali dengan pembuatan akun instagram dan facebook sebagai media untuk penerapan sosial media marketing. Setelah membuat akun instagram dan facebook, penulis membuat konten untuk akun instagram yang berupa Menu dan brosur yang akan dipublikasi kedalam instagram sebagai konten. Selain dari pembuatan sosial media, adapun situs web yang dibuat berisi menu minuman dan tenant yang tersedia pada pujasera serta informasi mengenai Pujasera Pasir Putih.

Tahapan terakhir dalam pelaksanaan kerja praktek adalah tahap penilaian dan pelaporan, dilakukan dengan menyusun laporan kerja praktek, dan finalisasi laporan. Yang kemudian akan dilakukan evaluasi dan penilaian kerja praktek oleh pihak terkait dan mitra kerja. Setelah dilakukannya evaluasi dan penilaian, laporan kerja praktek akan dikumpulkan ke BAAK sebagai tanda berakhirnya kerja praktek mahasiswa.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Luaran Kegiatan

Terdapat beberapa luaran kegiatan yang telah dirancang pada kerja praktek dalam menerapkan *Promotion Mix* seperti pembuatan akun instagram, facebook, dan Situs Web serta pembuatan menu dan brosur promosi.

Sosial media yang menjadi luaran dalam penerapan *Promotion Mix* adalah instagram dan facebook. Akun sosial media yang dibuat kemudian diberikan konten menarik seputar promosi dari pujasera maupun event apa yang akan diadakan pada pujasera tersebut.

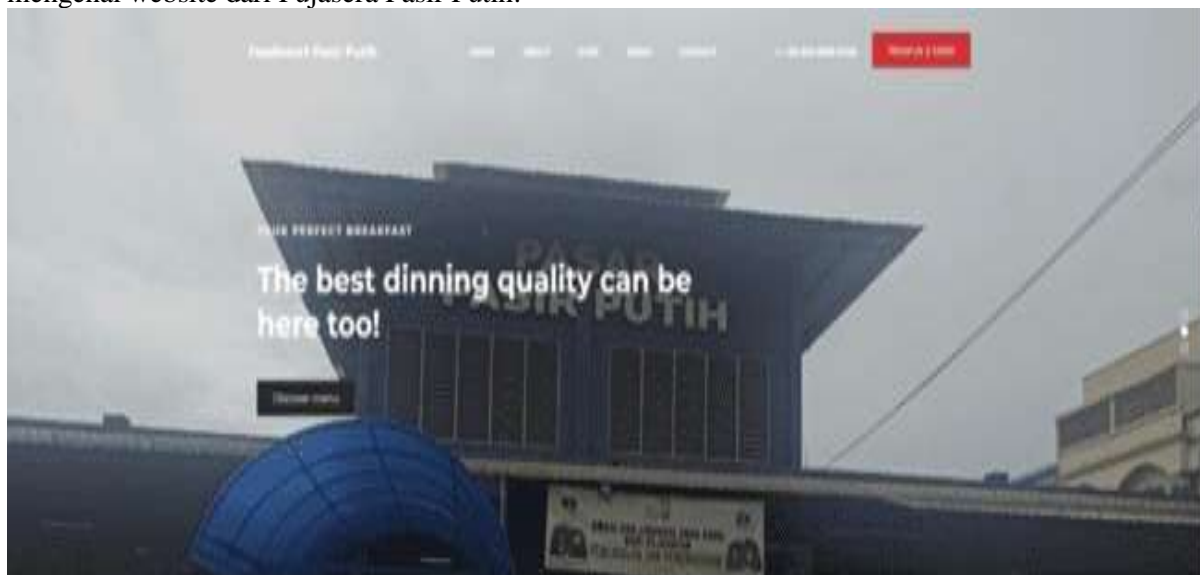
Penerapan sosial media instagram digunakan untuk membagikan berbagai video maupun foto promosi yang terdapat pada Pujasera Pasir Putih. Pada instagram Pujasera juga terdapat Menu yang dapat diakses secara online agar dapat memudahkan konsumen dalam mengenal minuman yang tersedia pada Pujasera Pasir Putih. Selain dari mengenalkan minuman, Instagram Pujasera Pasir Putih juga mengenalkan berbagai Tenant maupun jenis makanan yang terdapat pada Pujasera tersebut.



**Gambar 1** :Instagram Pujasera Pasir Putih

Selain instagram, facebook juga menjadi salah satu sosial media yang digunakan untuk membagikan foto maupun video mengenai promosi yang terdapat pada pujasera tersebut. Perbedaan antara Instagram dengan facebook terletak pada deskripsi mengenai suatu promosi yang diadakan seperti syarat dan ketentuan yang berlaku dalam suatu promosi dapat dijelaskan pada facebook. Sedangkan instagram memiliki deskripsi yang lebih singkat.

Website yang telah dibuat pada kerja praktek ini memiliki fungsi sebagai gambaran perusahaan atau *Company Profile* yang menggambarkan Pujasera tersebut. Berikut merupakan beberapa tampilan mengenai website dari Pujasera Pasir Putih:



**Gambar 3** :Website Pujasera Pasir Putih

Website yang telah dibuat berisi tentang gambaran perusahaan seperti tahun pembangunan, jam operasional, nomor kontak yang dapat dihubungi, dan beberapa menu rekomendasi pada Pujasera Pasir Putih. Selain dari berisikan informasi perusahaan, website Pujasera juga dapat melakukan reservasi pada Pujasera Tersebut sehingga konsumen akan lebih mudah untuk mendapatkan tempat duduk pada saat berkunjung ke Pujasera Pasir Putih.

Selain dari pembuatan media sosial dan website, luaran dari kegiatan kerja praktek ini juga menerapkan menu dan brosur yang tidak diterapkan oleh pengelola Pujasera. Tidak adanya penerapan menu dapat mengakibatkan kebanyakan konsumen tidak mengenal produk yang ditawarkan. Sedangkan penerapan brosur dapat berfungsi untuk memperlihatkan promosi yang terdapat pada Pujasera tersebut. Penerapan menu dan brosur dapat membantu meningkatkan penjualan dari beberapa produk yang tidak dikenal konsumen. Berikut merupakan beberapa gambar menu yang telah dibuat:

Adapun terdapat beberapa gambar mengenai brosur yang telah dibuat guna untuk melakukan promosi terhadap beberapa produk pada Pujasera Pasir Putih :



**Gambar 5 :**Brosur Pujasera Pasir Putih

## Proses Implementasi Luaran

Pengimplementasi Luaran diawali dengan melakukan survey lapangan yang dilakukan pada tanggal 6 September 2022, penulis mengunjungi tempat pelaksanaan kerja praktek yaitu kantor pengelola Pujasera Pasir Putih. Setelah mengunjungi Pujasera, penulis mengatur jadwal pertemuan untuk melakukan pembahasan mengenai ide implementasi pada permasalahan yang terdapat pada Pujasera Pasir Putih. Setelah berdiskusi dengan pemangku kepentingan yang terdapat pada Pujasera tersebut, pihak pengelola Pujasera menyetujui pengimplementasian *Promotion Mix* guna dalam memaksimalkan penjualan yang terdapat pada Pujasera Pasir Putih.





**Gambar 6** : Dokumentasi Pertemuan dengan Pemangku Kepentingan Perusahaan

Pada tanggal 10 September 2022, kunjungan kedua oleh penulis kepada mitra kerja sama untuk melakukan tanda tangan surat kerja sama dan melakukan wawancara singkat terhadap pemangku kepentingan Pujasera tersebut. Setelah mendapatkan informasi dari pemangku kepentingan, penulis juga melakukan pengambilan beberapa data berupa foto maupun video yang dapat menjadi bahan dalam perancangan luaran kegiatan kerja praktek. Penulis meminta waktu kepada pemangku kepentingan di perusahaan tersebut agar dapat memberikan laporan penjualan selama 3 bulan kedepan yaitu Oktober, November, dan desember

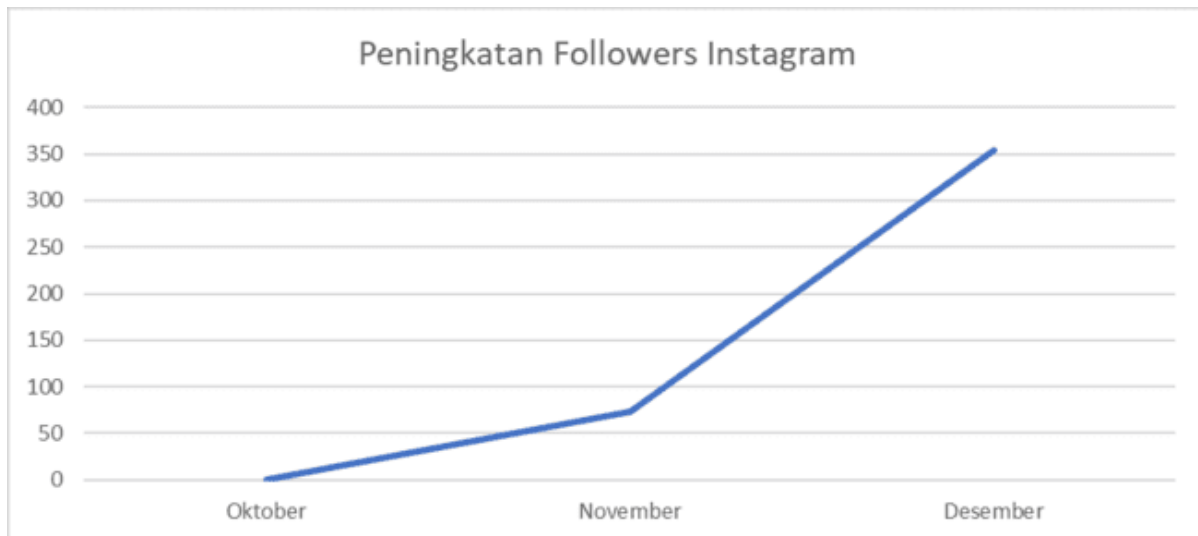
Pada pertengahan hingga akhir September penulis melakukan perancangan dan pengimplementasian yang berupa pembuatan sosial media seperti instagram dan facebook, serta pembuatan situs website dan mendesign menu dan brosur yang kemudian akan diserahkan kepada pengelola pujasera. Pembuatan website oleh penulis yang bekerja sama dengan *web developer* dilakukan dengan permintaan dari pengelola Pujasera dan melakukan revisi sesuai dengan keinginan pengelola Pujasera. Selain dari pembuatan website, penulis juga bekerja sama dengan *graphic designer* untuk mendesign menu dan brosur yang diperlukan oleh Pujasera Pasir Putih.

Pada tanggal 15 Oktober 2022, penulis melakukan kunjungan ketiga dengan memperlihatkan hasil yang berupa sosial media, website, menu, dan brosur yang telah direvisi sesuai dengan keinginan pengelola. Setelah pengelola menyetujui hasil dari luaran yang telah dilakukan, penulis melakukan pengimplementasian terhadap media sosial seperti membuat akun instagram dan facebook, mendaftarkan website pada domain, dan menerapkan menu dan brosur.

Pada tanggal 9 Desember 2022, penulis melakukan kunjungan terakhir untuk melakukan pengambilan data penjualan yang terjadi selama 3 bulan dan melihat hasil setelah pengimplementasi serta melakukan penyerahan akun media sosial dan website.

### Kondisi Setelah Implementasi

Kondisi setelah melakukan implementasi dapat dilihat dari perbandingan beberapa grafik sebagai berikut :



**Grafik 1 : Peningkatan Followers Instagram**

Dapat dilihat dari grafik 1 bahwa terdapat peningkatan followers instagram dari bulan November dan desember. Pembuatan akun instagram terjadi pada bulan oktober yang dapat dilihat tidak memiliki *followers*. Pada bulan November, terjadi peningkatan *followers* sebanyak 74 *followers*. Setelah satu bulan, terjadinya peningkatan *follower* sebanyak 280 *followers* menjadi 354 *followers* pada bulan Desember. Peningkatan *followers* dapat menandakan bahwa semakin banyak konsumen yang mengunjungi Instagram dan lebih mengenal produk yang ditawarkan oleh Pujasera Pasir Putih.



**Grafik 2 : Peningkatan Pengunjung Facebook**

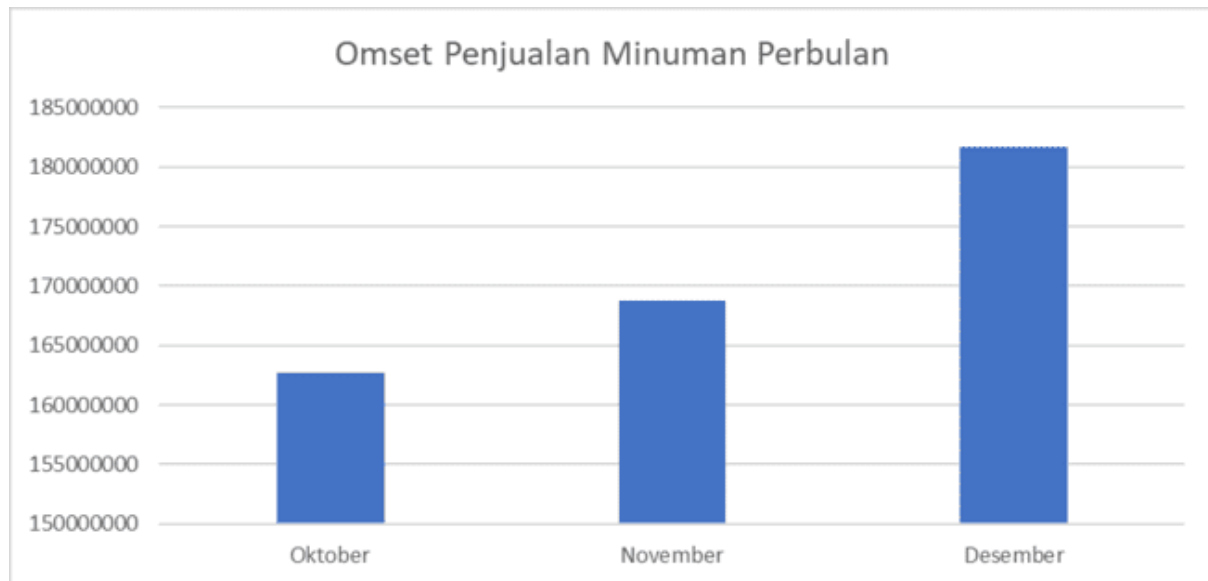
Dapat dilihat dari grafik 2 bahwa terdapat peningkatan pengunjung pada facebook Pujasera Pasir Putih selama 3 bulan terakhir. Pengunjung pada bulan oktober adalah sebanyak 4 pengunjung dan meningkat pada bulan November sebesar 252 pengunjung menjadi 256 pengunjung pada bulan November. Pada bulan desember terjadi peningkatan pengunjung sebanyak 460 pengunjung menjadi 716 pengunjung yang dapat menandakan bahwa semakin banyak konsumen yang mengunjungi Facebook dan lebih mengenal produk dan promosi yang ditawarkan oleh Pujasera Pasir Putih.

**Grafik 3 : Peningkatan Penjualan Teh Tarik**

Dapat dilihat dari grafik 3 bahwa terdapat peningkatan pada penjualan teh tarik dari hasil pembuatan brosur. Pada bulan oktober, penjualan teh tarik adalah sebanyak 386 gelas dan mengalami peningkatan pada bulan November yaitu meningkat sebesar 40 gelas menjadi 426 gelas. Pada bulan desember, penjualan teh tarik kembali meningkat sebesar 163 gelas dari penjualan bulan November menjadi 589 gelas. Dapat dilihat dari peningkatan penjualan teh tarik bahwa penerapan brosur dapat meningkatkan penjualan dari teh tarik Pujasera pasir putih sehingga omset perusahaan dapat meningkat.

**Grafik 4 : Peningkatan Penjualan Promo Breakfast**

Dapat dilihat dari grafik 4 bahwa terdapat peningkatan pada penjualan promo *breakfast* dari hasil pembuatan brosur promosi. Pada bulan oktober, penjualan promo *breakfast* adalah sebanyak 118 paket dan mengalami peningkatan pada bulan November yaitu meningkat sebesar 71 paket menjadi 189. Pada bulan desember, penjualan promo *breakfast* kembali meningkat sebesar 14 paket dari penjualan bulan November menjadi 203 paket. Dapat dilihat dari peningkatan penjualan promo *breakfast* bahwa penerapan brosur promosi dapat meningkatkan penjualan dari promo *breakfast* Pujasera pasir putih sehingga omset perusahaan dapat meningkat.



**Grafik 5** : Peningkatan Penjualan Minuman perbulan

Dapat dilihat dari grafik 5 bahwa terdapat peningkatan omset penjualan minuman perbulan Pujasera Pasir Putih. Pada bulan oktober, omset penjualan minuman adalah sebesar Rp. 162.728.000,. dan mengalami peningkatan pada bulan November yaitu meningkat sebesar Rp. 5.971.000,. menjadi Rp. 168.699.000,. Pada bulan desember, omset penjualan minuman kembali meningkat sebesar Rp. 13.025.000,. dari penjualan bulan November menjadi Rp. 181.724.000,. peningkatan omset penjualan minuman dapat menandakan bahwa luaran yang dikeluarkan oleh penulis dapat memaksimalkan penjualan minuman dari Pujasera Pasir Putih.

#### 4. KESIMPULAN

Proyek kerja praktek yang dilakukan pada Pujasera Pasir Putih dalam pengimplementasi strategi *Promotion Mix* yang dilakukan selama 3 bulan mendapatkan pencapaian berupa: Penerapan *Promotion Mix* pada Pujasera Pasir Putih berupa pembuatan akun instagram dan facebook, pembuatan situs web resmi Pujasera, dan pembuatan menu dan brosur untuk meningkatkan penjualan Minuman pada pujasera tersebut. Mengembangkan pengikut dan pengunjung pada akun instagram dan facebook Pujasera. Akun instagram Pujasera pasir putih mendapatkan 354 pengikut sedangkan akun facebook Pujasera Pasir Putih mendapatkan 716 pengunjung. Penerapan menu dan brosur promosi dilakukan dengan menempelkan pada dinding yang terletak di Pujasera Pasir Putih sehingga konsumen dapat dengan mudah mengenal minuman yang ditawarkan Pujasera Pasir Putih. Penjualan teh tarik, promo breakfast dan penjualan minuman lain mengalami peningkatan yang dapat memaksimalkan omset dari perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Astutik, L. R. D., & Achsa, A. (2020). Analisis Penerapan Promotion Mix Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pd Bpr Bank Bapas 69 Kantor Cabang Magelang Utara. *Jurnal Maneksi*, 9(2), 223–229.
- Ghoni, M. D., & Al-Manshur, F. (2019). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*.



- 
- Nurjanah, L., & Rian, Y. D. (2021). Penerapan Strategi Promotion Mix Pada Warung Makan Mie Residivis Untuk Meningkatkan Daya Saing. *ConCEPT-Conference on Community ...*, 1(1). <https://journal.uib.ac.id/index.php/concept/article/view/4910><https://journal.uib.ac.id/index.php/concept/article/download/4910/1597>
- Purwianti, L. (2023). Penerapan Promotion Mix Pada Alcoconut's. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ...*, 3(2), 1628–1633. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/658><http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/658/464>
- Suprayogi, S., Puspita, D., Putra, E. A. D., & Mulia, M. R. (2022). Pelatihan Wawancara Kerja Bagi Anggota Karang Taruna Satya Wira Bhakti Lampung Timur. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 356–363. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.4494>