

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Dasar Pemikiran Magang**

Di Negara yang semakin berkembang ini, jumlah pertumbuhan penduduknya meningkat setiap tahun. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Indonesia presentasi penduduk mencapai peningkatan sebanyak 1,36 persen (%) selama 6 tahun yaitu dari 2010 sampai 2016 (Statistika Indonesia 2018). Dengan data yang ditampilkan laju pertumbuhan Penduduk Indonesia mengalami peningkatan yang menyebabkan kebutuhan harian semakin tinggi. Meningkatnya kebutuhan harian yang semakin tinggi mendorong pembisnis di Indonesia untuk memasuki pasar yang diinginkan oleh masyarakat. Salah satu kebutuhan pokok masyarakat di negara berkembang adalah produk pangan, disini menjadi sangat penting mengingat fungsi makanan. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat pembisnis bersaing untuk memberikan produk dan jasa yang terbaik.

Perkembangan tidak hanya disektor bisnis perusahaan, tetapi disektor bisnis restoran atau rumah makan di Indonesia mengalami dampak perkembangan yang pesat. Karenanya banyak pembisnis-pembisnis baru di sektor kuliner, yang tergiur dengan hasil yang akan dicapai sebuah bisnis restoran atau rumah makan. Kenyataan menunjukkan bahwa bisnis restoran adalah salah satu bisnis yang paling mudah untuk dibangun dan

juga paling mudah untuk ditutup, karena faktor persaingan ketat dan tidak memiliki manajemen yang baik.

Menghadapi ketatnya persaingan di pasaran, bisnis sektor kuliner ini sangat diperlukan kejelian dalam melihat peluang pasar yang ada di Indonesia. Penawaran produk disetiap wilayah di Indonesia menjadikan peluang yang dapat dimasuki oleh pembisnis sektor kuliner. Karena setiap daerah di Indonesia memiliki makanan dengan ciri khas yang berbeda-beda, tentu saja itu menjadikan celah bagi produsen. Banyaknya celah menjadikan bisnis kuliner di Indonesia semakin ketat pesaingannya, karena banyaknya persaingan restoran hendaklah menawarkan pelayanan yang membuat pelanggan nyaman dengan berbagai fasilitas yang disajikan memiliki kelebihan dan keunikan yang dimiliki oleh sebuah restoran. Hal seperti ini membuat konsumen memiliki alternatif disetiap pilihan pembelian produk atau pelayanan yang ditawarkan. Banyaknya pesaing yang masuk dalam bisnis ini menjadi sebuah ancaman bagi restoran yang telah lama berdiri, hal tersebut memerlukan strategi khusus untuk mempertahankan produk agar tetap diminati oleh pelanggan. Salah satu strategi khusus yang dibutuhkan adalah dengan cara promosi, karena promosi adalah salah satu faktor produk tersebut dikenal di masyarakat, salah satunya dengan menginformasikan produk baru kepada calon pelanggan yang tidak mengetahui.

Yogyakarta adalah salah satu kota di Indonesia yang memiliki banyak restoran yang tersebar. Karena di Daerah Istimewa Yogyakarta

adalah salah satu kota wisata dan kota pelajar yang banyak orang memasuki kota jogja setiap bulannya. Restoran di Yogyakarta memiliki strategi yang digunakan untuk memasarkan produk dengan cara promosi. Restoran di Yogyakarta memiliki cara masing-masing dalam menawarkan promosinya. Dengan adanya promosi yang diadakan oleh *marketing* restoran diharapkan adanya peningkatan penjualan. Promosi adalah aktivitas pemasaran untuk menyebar informasi, mempengaruhi, membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang disangkutkan (Tjiptono (2002:219)).

Seperti yang dilakukan oleh Restoran Taman Pringsewu yang melakukan promosi untuk meningkatkan jumlah penjualan. Restoran Taman Pringsewu dalam bidang pelayanan dan promosi yang baik dalam menciptakan korelasi dengan pelanggan. Di Restoran Taman Pringsewu membutuhkan seluruh komponen staf yang mampu menjalankan tugasnya. Dengan menghadirkan menu dan pelayanan yang diberikan dengan kualitas yang terbaik. Karyawan atau staf yang berada di Restoran Taman Pringsewu memiliki komitmen yang kuat untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk tamu.

Untuk mempelajari dan memahami mengenai Penerapan Bauran Promosi Terhadap Jumlah Penjualan pada Restoran Pringsewu di wilayah Yogyakarta. Kami bermaksud untuk melakukan magang atau kerja praktek di **Restoran Taman Pringsewu**. Di rumah makan atau

restoran tersebut saya berkeinginan untuk mendapatkan pembelajaran secara langsung dari orang-orang sudah memiliki pengalaman dalam bidang *marketing* . Selain dari kegiatan kerja praktek tersebut diharapkan memperoleh pengalaman kerja lapangan secara nyata. Dengan demikian berdasarkan data diatas maka tugas akhir ini mengambil judul **“Penerapan Bauran Promosi Terhadap Jumlah Penjualan di Restoran Taman Pringsewu”**

## **1.2 Tujuan Magang**

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam pelaksanaan magang ini adalah :

- 2.1 Untuk mempelajari bagaimana penerapan bauran promosi dalam Restoran Taman Pringsewu.
- 2.2 Untuk mempelajari kendala yang dihadapi penerapan bauran promosi dalam Restoran Pringsewu.

## **1.3 Target Magang**

Adapun target magang yang ingin dicapai penulis dalam pelaksanaan magang ini adalah :

- 3.1 Mampu menjelaskan penerapan bauran promosi dalam Restoran Taman Pringsewu
- 3.2 Mampu menjelaskan kendala yang dihadapi pada penerapan bauran promosi dalam Restoran Taman Pringsewu.

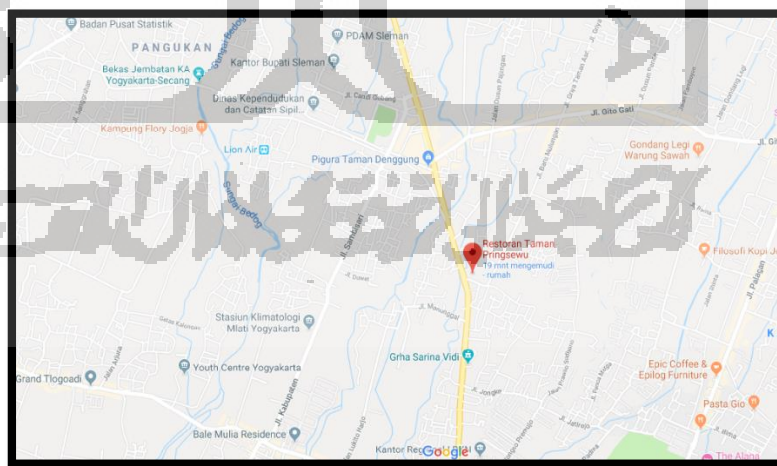
## 1.4 Bidang Magang

Bidang magang dilaksanakan pada bidang sales dan *marketing* Restoran Taman Pringsewu. Di bidang sales mempunyai tugas mempromosikan Restoran ke Biro wisata, Universitas, instansi pemerintahan dll. Di bidang marketing menginput semua reservasi yang masuk, menyediakan keperluan untuk ruangan *driver room*, membantu semua persiapan reservasi di Restoran Taman Pringsewu.

## 1.5 Lokasi Magang

Kegiatan pelaksanaan magang ini dilaksanakan di :

Nama Perusahaan : Restoran Pringsewu  
 Alamat : Jl. Magelang, Banaran, Sendangadi, Mlati,  
 Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta  
 Kode Pos : 55285  
 Nomor Telepon : (0274) 867978



Sumber : <https://www.google.com/maps/search/Restoran/>

**Gambar 1.1 Peta Lokasi Magang**

## 1.6 Jadwal Magang

Waktu pelaksanaan praktek magang yang dilaksanakan di Restoran Pringsewu dimulai dari tanggal 19 Maret 2019 sampai dengan tanggal 19 April 2019 dan dijadwalkan 6 hari dalam seminggu. Pelaksanaan praktek magang ini, penulis akan mengikuti semua peraturan dan prosedur yang ditetapkan oleh Restoran Pringsewu.

Tabel 1.1 Rincian Jadwal Magang

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan											
		Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penulisan TOR	■	■										
2.	Bimbingan dengan DPTA									■	■	■	■
3.	Pelaksanaan kegiatan Magang			■	■	■	■	■	■				
6.	Penyusunan laporan					■	■	■	■	■	■	■	

## 1.7 Sistematika Penulisan Magang

Pada Laporan Magang ini terdapat 4 (empat) bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika Penulisan Laporan Magang adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan menjelaskan mengenai dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang, dan sistematika penulisan laporan magang.

## BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori ini berfungsi untuk meletakkan dasar berpijak yang kokoh bagi pemecahan masalah yang akan dibahas. Landasan teori menekankan secara teoritis bagaimana hubungan antar variabel yang terdapat pada masalah yang akan dibahas pada laporan magang ini. Hasil pengungkapan teori ini bermanfaat dalam memberikan dukungan teoritis terhadap permasalahan yang akan dikemukakan.

## BAB III. ANALISIS DESKRIPTIF

Analisis deskriptif terdiri dari data umum dan data khusus. Data umum menjelaskan mengenai gambaran umum tempat magang sedangkan data khusus mendeskripsikan data hasil temuan di lapangan yang sesuai dengan topik yang dibahas.

## BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjabarkan mengenai kesimpulan dari hasil analisis bab sebelumnya. Kesimpulan disusun berdasarkan rumusan masalah yang telah ditulis. Kesimpulan ini disusun berdasarkan rumusan permasalahan yang disusun.