

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sehebat apapun suatu produk jika tidak diperkenalkan, maka tidak ada yang mengenal dan mengetahuinya, produsen berkewajiban memperkenalkan produknya kepada pasar yang dipilihnya. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi. Kegiatan promosi diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan mempertahankan ketenaran selama mungkin dan bahkan dapat terus ditingkatkan apabila menggunakan program promosi yang tepat.

Usaha dari perusahaan untuk mempengaruhi calon pembeli dengan merayu (*Persuasive Communication*), melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran disebut promosi. Kotler dan Armstrong (2017) menyatakan promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya.

Kotler dan Armstrong (2017) mengatakan bahwa ada 5 alat promosi yang sering digunakan yaitu Periklanan (*Advertising*), Penjualan perorangan (*Personal selling*), Promosi penjualan (*Sales promotion*), Publisitas (*Publicity*), dan *Direct and digital marketing*. Aktifitas promosi dilakukan oleh setiap perusahaan termasuk perusahaan makanan dan minuman.

Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman di Yogyakarta ini semakin berkembang luas salah satunya adalah

Unikologi Coffee, *café* yang berdiri pada bulan Juni 2020 ini sampai sekarang mendapat banyak sorotan dari masyarakat luas selain mengungkap tema *café* yang unik seperti Namanya. Unikologi Coffee menggunakan Periklanan, Promosi penjualan dan *Direct and digital marketing* sebagai media promosi mereka. Perusahaan ini mengandalkan promosi melalui media sosial *Instagram* dan *tiktok*, sejauh ini Unikologi Coffee telah mendapatkan lebih dari 30.400 *followers di Instagram* dan lebih dari 17.000 *Like di tiktok*, bahkan sudah lebih dari 12.000 lebih video yang mereka unggah ke media sosial saat mereka berkunjung ke Unikologi Coffee.

Bergerak di bidang makanan dan minuman yang sudah umum dan banyak di jumpai di Yogyakarta ini Unikologi Coffee memiliki konsep yang tidak seperti *café* atau *coffee shop* pada umumnya, bertema yang berbeda-beda pada setiap ruangnya menjadikan Unikologi Coffee sebagai tempat yang “*Instagramable*” menurut anak muda jaman sekarang, selain itu makanan dan minuman yang ditawarkan memiliki harga yang tidak menguras kantong jadi bisa di kunjungi oleh kalangan manapun.

Prospek usaha makanan dan minuman yang cukup menarik dan kekuatan untuk bertahan dalam persaingan yang ketat akan tetapi strategi promosi yang digunakan oleh Unikologi Coffee dirasa penulis kurang cukup jika hanya menggunakan Periklanan, Promosi penjualan dan *Direct and digital marketing* sebagai media promosi, maka dari itu penulis terdorong untuk mengamati strategi promosi yang dilakukan oleh *Unikologi Coffee* Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk menyusun laporan tugas akhir dengan judul **“PENERAPAN BAURAN PROMOSI PADA UNIKOLOGI COFFEE YOGYAKARTA”**

## **B. Batasan Masalah**

Masalah yang akan dibahas oleh penulis dalam penulisan Tugas akhir ini adalah Penerapan Bauran Promosi pada Unikologi Coffe Yogyakarta.

## **C. Tujuan**

Tujuan penulisan laporan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui Penerapan Bauran Promosi (*Promotional mix*) pada Unikologi Coffee Yogyakarta.

## **D. Manfaat**

Penulisan laporan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan

Laporan tugas akhir ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk melakukan evaluasi mengenai penerapan bauran pemasaran yang sudah dilakukan agar lebih dikembangkan lagi untuk kesuksesan perusahaan.

### 2. Bagi penulis

Untuk menambah pengetahuan tentang penerapan bauran promosi pada Unikologi Coffee Yogyakarta dan mampu mengaplikasikan ilmu yang didapatkan pada dunia kerja yang sesungguhnya.

3. Bagi STIM YKPN

Dapat menambah variasi topik dalam penyusunan laporan tugas akhir, khususnya mengenai penerapan bauran promosi pada Unikologi Coffee Yogyakarta.