

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini terdapat bermacam-macam aneka ragam bentuk kerajinan. Mulai dari yang kecil hingga besar dan mulai dari yang murah hingga yang mahal. Kreativitas pengusaha kerajinan dapat membuat produk yang terbuat dari limbah-limbah dan membuatnya menjadi sebuah bisnis yang menguntungkan. Oleh karena itu, dalam era perkembangan zaman, pemasaran suatu produk mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Ditandai dengan adanya pemasaran melalui *online* maupun *offline*. Semakin berkembangnya media informasi akan mengakibatkan persaingan yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis dalam melakukan pemasaran produknya. Sehingga diperlunya strategi bersaing agar tujuan pemasaran dapat tercapai serta menguntungkan dan pemasaran berjalan lancar. Adanya sosial media saat ini dapat membantu kita dalam memasarkan suatu produk agar dapat dijangkau lebih luas oleh publik. Dengan begitu kita dapat bersaing dalam strategi pemasaran.

Perencanaan usaha adalah rencana tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan, perhatian pada bagaimana menjalankan bisnis tersebut dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada. Bisnis membutuhkan perencanaan untuk pertumbuhan yang optimis dan pengembangan-pengembangan dengan skala prioritas dengan mengelola perencanaan bisnis yang baik, maka akan memberikan jaminan dan berdampak baik pada hasil usaha yang akan dijalankan.

Pada saat ini banyak pengusaha muda yang bermunculan dengan ide-ide bisnis yang sangat kreatif dan tentunya dengan berbagai strategi pemasaran yang tidak kalah unik. Pemerintah sendiri juga sangat mendukung para pengusaha yang terampil dan mandiri terlebih lagi pengusaha itu masih muda dan mau berkarir dengan membuka usaha sendiri. Hal ini tentunya memiliki dampak yang sangat

positif di berbagai bidang, mulai dari menghindari tindak kriminal dan mengubah sebuah persaingan menjadi ajang untuk unjuk kreativitas, serta menumbuhkan inovasi baru. Sehingga, persaingan untuk memulai bisnis baru semakin ketat dan membuat seseorang pengusaha tidak cukup hanya mengandalkan pengalaman saja untuk memulai bisnis diperlukannya pengetahuan dan wawasan serta *network* yang luas.

Salah satu ide bisnis yang akan dipasarkan yaitu Usaha souvenir tempurung kelapa S&Z *Coconut Art*, yang merupakan ragam olahan kerajinan yang dibuat dengan tujuan agar pengunjung dapat menemukan apa yang akan dibawanya dari Bengkulu. Limbah tempurung kelapa dapat di olah menjadi produk kerajinan tangan yang dapat dijadikan usaha yang bagus dan cocok dikembangkan di Bengkulu. Dimana usaha souvenir tempurung kelapa S&Z *Coconut Art* ini mulai berdiri sejak tahun 2013, yang awalnya hanya mencoba membuat sesuatu dari tumpukan tempurung kelapa yang berserakan. Sehingga pada suatu saat ada tanggapan positif dari masyarakat kemudian mencoba mengembangkan dengan berbagai macam bentuk dan model serta memenuhi permintaan pelanggan dengan kolaborasi bahan pendukung seperti kayu dan bahan-bahan lainnya namun tak meninggalkan bahan dasar yaitu tempurung kelapa.

Bukan hanya proses produksi yang menjadi permasalahan namun proses pemasarannya juga adalah hal utama yang harus diperhatikan. Seperti peluang pasaran yang ada di Bengkulu dimana banyak nya pengunjung yang datang ke Bengkulu untuk berkunjung atau sekedar jalan-jalan untuk melihat kota Bengkulu. Melihat hal ini memberi ide dan peluang besar kepada penulis untuk memperkenalkan produk souvenir ini. Untuk apa memproduksi barang jika tidak untuk dijual atau dipasarkan. Sehingga pemasarannya pun harus dirancang sedemikian rupa sehingga proses pemasarannya berjalan dengan baik dan tentunya akan menghasilkan keuntungan yang besar.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk perencanaan pembuatan souvenir ini. Karena dengan adanya pemasaran ini masyarakat luas akan lebih mengetahui tentang produk yang kami hasilkan dan yang akan dijual.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengadakan proyek tugas akhir dengan judul ”Perencanaan Peningkatan Pemasaran Usaha Souvenir Tempurung Kelapa“S&Z Coconut Art”.

1.2 Identifikasi Proyek

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan yang timbul dalam proyek ini adalah bagaimana “Perencanaan Peningkatan Pemasaran Usaha Souvenir Tempurung Kelapa S&Z Coconut Art”.

1.3 Tujuan Proyek

Adapun tujuan yang ingin dicapai didalam kegiatan pelaksanaan proyek akhir ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum proyek akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana Perencanaan Peningkatan Pemasaran Usaha Souvenir Tempurung Kelapa S&Z Coconut Art.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari proyek tugas akhir Perencanaan Peningkatan Pemasaran Usaha Souvenir Tempurung Kelapa S&Z Coconut Art adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui STP (*Segmenting, Targetting, Positioning*) yang tepat pada usaha produk Souvenir Tempurung Kelapa
2. Untuk mengetahui *Marketing Mix* yang dilakukan pada usaha produk Souvenir Tempurung Kelapa
3. Untuk mengetahui kendala dan solusi dalam pelaksanaan proyek usaha produk Souvenir Tempurung Kelapa.

1.4 Manfaat Proyek

Proyek akhir ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Diharapkan proyek akhir ini dapat dijadikan sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan pengembangan kreatifitas dan inovasi penulis.

2. Bagi masyarakat

Diharapkan dengan adanya proyek ini masyarakat mendapatkan *alternative* dan informasi mengenai souvenir dari bahan baku limbah tempurung kelapa yang mudah didapatkan, diharapkan juga proyek ini dapat membantu untuk meningkatkan nilai pendapatan bagi para penjual kelapa.

3. Bagi ilmu pengetahuan

Diharapkan proyek akhir ini dapat memberikan sumbangan berharga bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

4. Bagi Pemilik Usaha

Diharapkan Proyek akhir ini dapat memberikan keuntungan kepada pemilik usaha yang telah mendirikan usaha ini.

1.5 Waktu Dan Tempat Pelaksanaan Proyek

Kami tidak menentukan lokasi untuk memasarkan souvenir ini kami memasarkannya melalui *online* dan PO.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Agar penulisan laporan proyek ini dapat sistematis dan tersusun dengan rapi maka diperlukan sistematika penulisan laporan. Berikut ini adalah sistematika penulisan proyek akhir ini.

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada Bab ini penulis menguraikan latar belakang proyek, identifikasi proyek, tujuan proyek, manfaat proyek, tempat dan waktu pelaksanaan proyek, serta sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini penulis menguraikan tentang teori yang diperlukan untuk memperkuat alasan pembuatan proyek dan rancangan dari proyek yang akan dibahas, yaitu penelitian terdahulu, kewirausahaan, dan produksi.

BAB 3: METODE DAN PROSES PENYELESAIAN PROYEK

Pada Bab ini penulis menguraikan tentang rencana persiapan proyek, rencana pelaksanaan proyek, rencana penyelesaian proyek, rencana pelaporan proyek (laporan pelaksanaan kegiatan proyek dan laporan keuangan pelaksanaan kegiatan proyek).

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini penulis menguraikan analisis hasil proyek akhir, yaitu laporan pelaksanaan proyek akhir.

BAB 5: PENUTUP

Pada Bab ini terdapat sejumlah kesimpulan dan saran sebagai uraian dari laporan proyek akhir.