

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menarik lebih banyak konsumen, suatu penawaran offline persaingan baru bukan apa yang ditawarkan penjual kepada konsumen, tetapi pada apa yang penjual tambahkan pada standar pembelian dari segi kelebihan dan kekurangan penjualan offline. Kelebihan dari pembelian offline adalah pertama konsumen bisa secara langsung melihat produk yang hendak dibelinya. Contoh untuk calon customer ini dapat mengecek kelayakan dan kualitas barang sebelum membayar. Keduabertemu dan betatap muka dengan customer dilokasi yang akan mengurangi resiko penipuan. Ketiga adanya interaksi antara penjual dan pembeli yang dapat memberikan keakraban, sehingga akan lebih nyaman dalam melakukan interaksi. Untuk kekurangan dari sistem pembelian offline yaitu yang pertama, memerlukan upaya yang cukup besar dibanding perusahaan online. Kedua, membuang-buang waktu karena harus menunggu dan antri pada saat pembayaran dan merasa kurang aman. Ketiga, pemilihan lokasi toko juga sangat menentukan jumlah kedatangan customer. Minat beli konsumen juga merupakan kepentingan yang dialami oleh konsumen pada suatu produk yang dipengaruhi oleh sikap dari konsumen itu sendiri. Minat beli akan membuat konsumen mempunyai respon yang menunjukkan adanya keinginan, perhatian, ketertarikan, dan pengambilan keputusan, serta bagaimana Tindakan konsumen terhadap produk untuk melakukan pembelian.

Belajar Berwirausaha Terpadu (BBT) adalah kegiatan belajar berwirausaha disuatu perusahaan dalam masa pembelajaran yang dimana proses belajar berwirausaha ini bisa terjun langsung dilapangan agar mahasiswa yang ikut serta dalam mengikuti BBT bisa mengikuti, menganalisa, mengamati, memahami, dan menyimpulkan seluruh proses operasional usaha UMKM.

Tempat yang dilakukan untuk kegiatan BBT adalah Warhole Store

merupakan sebuah perusahaan yang terdiri pada bidang fashion sejak tahun 2016 awal mula berdirinya warhole store pertama kali yaitu ketika Adam (owner) perusahaan yang bergerak dibidang pegadaan barang dan jasa yang berlokasi di Jalan Modang MJ 3/435 Jogokaryan, Yogyakarta. Berawal dari sebuah ide mendirikan konveksi pakaian yang didirikan pada tahun 2013, kini warhole telah mengembangkan aspek lain ke bagian properti dan ritel pakaian. Kemudian perusahaan konveksi warhole resmi berubah menjadi commanditaire vennootschap (CV) pada awal tahun 2016. Saat ini CV. Warhole Store telah membawahi beberapa anak perusahaan, antara lain warhole konveksi, warhole store, dan warhole properti.

Rasta Roti bakar dimulai pada awal tahun 2018. Pada saat itu rasta hanya, khusus membuat pesanan roti bakar saja. Pada pertengahan tahun 2020, rasta mulai mencoba membuat produk roti kukus, kebanyakan roti bakar/kukus yang dijual diluar sana kurang peminat pelanggan karena, selai dan tekstur rotinya yang kurang lembut, sehingga menjadi peluang bagi rasta untuk mengeluarkan produk roti dengan kualitas selai terbaik namun, harga tetap terjangkau. Rasta menawarkan produk roti bakar dengan kualitas terbaik, dan tekstur roti lebih lembut dibanding pesaing yang sejajar dan tanpa bahan pengawet.

Sebelum mengikuti BBT, roti bakar Rasta hanya sebuah nama belum ada pemasukan meski seolah hanya melakukan promosi secara online yaitu di whatsapp. Tidak hanya melalui media social saja, tetapi roti bakar rasta juga melakukan promosi dari mulut ke mulut namun, memasang benner tetapi belum juga ada pelanggan. Warhole Store melakukan promosi di media social dengan memasang gambar-gambar yang bagus dan berkualitas, sehingga bisa menarik minat pembeli, maka roti bakar rasta memperbaiki gambar-gambar yang diposting dengan gambar baru yang lebih profesional. Warhole melakukan distribusi ke outlet-outlet yang tersebar di Yogyakarta untuk mendapatkan pelanggan. Roti bakar rasta belum bisa produksi roti tawar sendiri, oleh karena itu roti bakar rasta hanya membuat sesuai dengan pesanan-pesanan yang telah dipesan sehari sebelumnya. Untuk mendapatkan

pelanggan keuang warhole store tertata dengan rapi, mulai dari pengeluaran untuk bahan baku, biaya operasional, dan pemasukan. Saat ini roti bakar rasta juga sedang menyusun keuangan dengan rapi supaya bisa diketahui bagaimana pemasukan dan pengeluaran roti bakar rasta setiap bulannya.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah pembelian offline berpengaruh terhadap minat beli konsumendalam membeli produk offline?
- b. Apakah lokasi dapat mempengaruhi penjualan offline pada minat calon pembeli?

Solusi dari rumusan masalah

- a. Dengan adanya memasang benner diskon ini bisa dapat menarik perhatian calon customer untuk melihat produk yang ada di toko offline.
- b. Dengan adanya pemilihan lokasi juga sangat menentukan untuk minat pada calon pembeli. Dan mencari lokasi yang strategis dengan banyak berlalu-lalang tentunya akan meningkatkan jumlah ketertarikan pada calon pembeli.

1.3 Tujuan BBT

- a. Bagi penulis adalah bagaimana cara pemilihan lokasi yang tepat agar bisa meningkatkan ketertarikan pada calon customer. Karena pemilihan lokasi sangat penting bagi seorang owner yang akan membuka sebuah toko.
- b. Bagi penulis adalah untuk mengetahui bagaimana dengan adanya memasang benner diskon, apakah bisa menarik perhatian calon customer untuk melihat produk yang ada ditoko offline. Karena untuk mengetahui apakah dengan memasang benner diskon dapat membuat calon customer tertarik.

1.4 Manfaat BBT

- a. Bagi mahasiswa manfaat dari Belajar Berwirausaha Terpadu (BBT) adalah penulis juga lebih memahami tata cara berbisnis dengan baik.
- b. Memberikan peluang bagi penulis dalam mengembangkan potensi dan pengetahuan yang diterima selama mengikuti kegiatan BBT.

