BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Batam adalah salah satu kota terbesar yang terdapat di Provinsi Kepulauan Riau yaitu dengan jumlah masyarakat sebanyak 1.037.187 jiwa (Wikipedia, 2018). Lokasi Kota Batam sangat strategis karena dekat dengan negara Singapura dan Malaysia. Dengan lokasi yang dekat dengan negara-negara tetangga tersebut membuat teknologi di Kota Batam semakin maju. Di era teknologi informasi yang semakin berkembang dan semakin maju, akses komunikasi (sosial media) saat ini sudah menjadi sarana komunikasi yang sangat diandalkan oleh masyarakat karena dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan segala aktivitas seperti pembelanjaan secara *online*.

Kemajuan teknologi tersebut telah membantu sebagian dari pemilik usaha bidang kuliner karena tersedianya aplikasi sosial media yaitu *Instagram* dan *Go-Jek* yang memudahkan konsumen dalam mencari informasi tentang sebuah produk, selain itu juga dapat menciptakan kepraktisan bagi pelanggan dalam melakukan pemesanan makanan.

Salah satu bisnis kuliner yang terdapat di Kota Batam yaitu Nasi Ayam Hengky. Nasi Ayam Hengky adalah usaha kuliner yang menjual 2 menu makanan antara lain nasi ayam dan bubur ayam. Nasi Ayam Hengky sudah beroperasi sejak tahun 2008 oleh Bapak Aidi sebagai pemilik yang lokasinya berada di belakang DC Mall, lebih tepatnya beralamat di Komplek Paradise Centre Blok P No. 1 dan No. 2. Omset penjualan Nasi Ayam Hengky mencapai Rp 15.000.000 – Rp 18.000.000 per bulan. Nasi Ayam Hengky dibuka pada hari Senin – Minggu pada pukul 06.30 WIB – 03.00 WIB.

Pemilik usaha mengakui bahwa ia tidak pernah menggunakan sosial media dalam memasarkan usaha makanannya sehingga menyebabkan usahanya kurang dikenal oleh masyarakat. Apalagi dengan munculnya kedai kopi baru di sekitar lokasi Nasi Ayam Hengky, menyebabkan omset penjualannya semakin hari semakin menurun. Persaingan saat ini telah menjadi hal yang wajar dalam dunia bisnis, untuk itu dibutuhkan penerapan sistem yang baru sehingga sebuah usaha mampu bersaing dengan pesaing yang ada.

Desyana, Implementasi Sosial Media untuk Meningkatkan Penjualan Nasi Ayam Hengky di Kota Batam
UIB repository©2019

Dengan ini peneliti ingin memanfaatkan sosial media seperti *Instagram* dalam membangun *image* usaha Nasi Ayam Hengky kepada masyarakat sehinggga masyarakat dapat mengetahui keberadaan Nasi Ayam Hengky, selain itu peneliti juga ingin memanfaatkan *Go-Food* dalam meningkatkan omset penjualan.

Dengan berkembangnya teknologi, komunikasi serta informasi yang semakin pesat membuat masyarakat lebih memilih melakukan segala hal melalui *gadget* karena *gadget* telah menjadi salah satu produk yang tidak bisa lepas dari tangan masyarakat. Melaui *gadget*, setiap individu dapat melakukan pembayaran secara *cashless* dan juga dapat melakukan pembelian barang maupun makanan via *online*. Salah satu aplikasi yang dapat digunakan masyarakat untuk membeli makanan secara *online* yaitu dengan menggunakan *Go-Food* yang tersedia dalam aplikasi *Go-Jek*. Masyarakat Batam saat ini sangat mengandalkan *Go-Food* karena akan kesibukan masyarakat yang menyebabkan mereka tidak memiliki waktu untuk memasak sendiri maupun membeli langsung di toko. *Go-Food* menyediakan banyak varian makanan, dari makanan khas melayu hingga makanan *western* yang sangat populer dikalangan masyarakat. Selain itu pembelian makanan melewati *Go-Food* juga lebih murah karena mereka sering mengadakan promo seperti pembeli akan mendapatkan potongan harga sebanyak Rp 15,000 dengan menggunakan *voucher* yang tersedia. Berdasarkan masalah-masalah yang terurai di atas, penulis ingin melaksanakan observasi dengan berjudul **"Implementasi Sosial Media untuk Meningkatkan Penjualan Nasi Ayam Hengky di Kota Batam".**

1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan observasi yang sudah dilaksanakan di Nasi Ayam Hengky, ternyata Nasi Ayam Hengky belum pernah menerapkan sistem promosi pada penjualannya sehingga penulis ingin menerapkan sistem *promotion mix* dalam penjualan nasi ayam yang bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui keberadaan Nasi Ayam Hengky dan bahkan dapat mengundang konsumen baru. Dimana *promotion mix* merupakan gabungan dari berbagai jenis promosi yang tersedia untuk suatu produk agar hasil dari kegiatan promo dapat memberikan hasil yang maksimal.

Desyana, Implementasi Sosial Media untuk Meningkatkan Penjualan Nasi Ayam Hengky di Kota Batam
UIB repository©2019

1.3 Tujuan Proyek

Peneliti melaksanakan laporan kerja praktek tersebut dengan tujuan supaya dapat memenuhi syarat kelulusan pendidikan S-1 Program Manajemen. Tujuan proyek dari pelakasanaan kerja praktek tersebut adalah:

1. Membantu dalam meningkatkan omset penjualan Nasi Ayam Hengky sebanyak 10-15% perbulan.
2. Mencari wawasan dan pengalaman dalam memperbaiki *promotion mix* yang belum pernah dilaksanakan pemilik dan bagaimana cara melaksanakan penerapan sistem yang baik dan benar pada penjualan Nasi Ayam Hengky.
3. Pemilik terbantu dalam persoalan pembangunan jaringan bisnis melewati bantuan sosial media agar masyarakat Kota Batam dapat mengetahui keberadaan Nasi Ayam Hengky.

1.4 Luaran Proyek

Yang menjadi luaran proyek dalam pembuatan laporan kerja praktek tersebut yaitu:

1. Meningkatkan omset penjualan perbulan minimal sebanyak 10-15% dengan bantuan aplikasi yaitu dengan mendaftarkan akun Nasi Ayam Hengky ke dalam aplikasi *Go-Jek* yaitu *Go-Food*.
2. Membuat menu makanan yang baru dan melakukan penempelan *sticker Go-Food* di stand Nasi Ayam Hengky.
3. *Advertising*, yaitu dengan membuka akun sosial media (*Instagram)* supaya masyarakat dapat mengenal Nasi Ayam Hengky dan melewati sosial media, pemilik dapat mem*posting* maupun mempromosikan produk-produk yang ditawarkan oleh Nasi Ayam Hengky secara langsung kepada masyarakat.
4. *Sales promotion,* yaitu dengan membuat promo berupa pemberian teh obeng gratis jika telah melakukan pembelian di atas Rp 50,000

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat penulis melakukan observasi pada Nasi Ayam Hengky adalah sebagai berikut:

Desyana, Implementasi Sosial Media untuk Meningkatkan Penjualan Nasi Ayam Hengky di Kota Batam
UIB repository©2019

1. Manfaat bagi pemilik Nasi Ayam Hengky

   Meningkatkan omset penjualan Nasi Ayam Hengky, memperbaiki serta menerapkan sistem pada penjualan Nasi Ayam Hengky serta mengenalkan Nasi Ayam Hengky kepada masyarakat Kota Batam.

2. Manfaat bagi mahasiswa

   Mahasiwa dapat mengetahui serta mengerti tentang hal-hal yang berhubungan dengan dunia bisnis dan juga diharapkan bahwa ilmu-ilmu yang diperoleh di tempat kerja praktek dapat digunakan pada masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disusun supaya dapat memberikan uraian isi mengenai pembahasan yang terdapat pada masing-masing bab yang disusun oleh peneliti pada penyusunan laporan kerja praktek. Berikut merupakan uraian sistematika pembahasan:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab tersebut akan dijelaskan tentang latar belakang masalah, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek, manfaat proyek serta sistematika permasalahan penelitian, tujuan serta manfaat penelitian dan sistematika pembahasan atas penyusunan laporan kerja praktek.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tersebut akan dijelaskan mengenai teori, temuan, hasil penelitian sebelumnya serta informasi lainnya yang didapatkan dari referensi untuk dijadikan sebagai dasar dalam melakukan pelaksanaan topik kerja praktek yang dibahas.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab tersebut akan dijelaskan mengenai identitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan, aktivitas kegiatan operasional perusahaan serta sistem yang diterapkan oleh perusahaan

Desyana, Implementasi Sosial Media untuk Meningkatkan Penjualan Nasi Ayam Hengky di Kota Batam
UIB repository©2019

BAB IV: METODOLOGI

Pada bab tersebut berisi tentang desain, serta metode yang akan digunakan untuk menjawab masalah-masalah penelitian supaya dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

BAB V: ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Dalam bab tersebut terdapat isi berupa gambaran hasil dari wawancara mahasiswa di tempat kerja praktek, perancangan alat, sistem serta kendala atas implementasi yang telah dilakukan.

BAB VI: IMPLEMENTASI

Bab tersebut dijelaskan mengenai proses yang terjadi pada tahap implementasi serta umpan balik yang diperoleh dari hasil perancangan yang diimplementasikab di tempat kerja prakrek mahasiswa

BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab tersebut berisi mengenai kesimpulan serta saran mengenai hal-hal dan masalah yang ada selama melakukan kerja praktek.

Desyana, Implementasi Sosial Media untuk Meningkatkan Penjualan Nasi Ayam Hengky di Kota Batam
UIB repository©2019