

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Seperti yang kita ketahui, zaman sekarang manusia selalu mengandalkan teknologi, baik dalam sarana pendidikan, pelayanan, maupun bisnis / usaha. Dapat dilihat bahwa aktivitas masyarakat dan pekerja di Kota Batam sangatlah sibuk dan memiliki waktu yang terbatas tidak memungkinkan untuk memasak, dan aktivitas lainnya apalagi mengantri dan menunggu makanan hingga siap dimasak di tempat makan. dibandingkan untuk membuang waktu, masyarakat Kota Batam yang sibuk ini lebih memilih untuk memesan makanan melalui aplikasi daripada membeli langsung di warung. itu dikarenakan selain menghemat waktu, masyarakat juga merasakan kepraktisan dalam menggunakan aplikasi *Go Food* untuk mencari berbagai jenis makanan tanpa harus menghabiskan banyak waktu.

Pemasaran dalam memanfaatkan sosial media dapat memberikan efek berupa teknologi media interaksi yang memiliki alat komunikasi digunakan untuk mempertegas penyampaian. Seperti jejaringan *Facebook* sarana pemasaran di *Facebook* dapat digunakan untuk mempromosikan produk/bisnis yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan membuat halaman *facebook* untuk memasarkan produk karena fitur yang ada di dalamnya sangat lengkap memantau seberapa banyak orang melihat dan mengetahui seperti apa *demografi audiens* terhadap suatu bisnis. *Instagram* juga merupakan aplikasi berbagi gambar kini telah berkembang menjadi salah satu alat *marketing* yang paling efektif dalam menjual produk.

Bisnis pada zaman modern ini menemukan cara baru untuk menerapkan strategi pemasaran mereka melalui media sosial. Sebelum pengembangan *platform* media sosial, bisnis mengandalkan selebaran yang dikirim melalui surat, brosur, iklan televisi, dan dari mulut ke mulut. Sementara taktik pemasaran ini masih berguna dan masih dimanfaatkan sampai saat ini, bisnis sekarang dapat menggunakan media sosial untuk secara instan menginformasikan konsumen tentang penjualan, produk baru dan promosi eksklusif secara *online* untuk tetap mendapat informasi tentang perkembangan baru.

Salah satu contoh yang masih memanfaatkan secara sederhana dalam promosi adalah Warung Plecing Lotim ini tidak pernah melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial, media sosial berdampak positif untuk para pengusaha UMKM agar dikenal lebih luas oleh masyarakat Batam. Warung Plecing Lotim hanya mengandalkan masyarakat bengkok kolam yang pernah menikmati masakan dari Warung Plecing Lotim. Jika Warung Plecing Lotim masih bertahan dengan cara yang sederhana maka tidak ada perkembangan dalam peningkatan pendapatan dan tenggelam dengan pesaing yang sudah dikenal di media sosial. Dengan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk membuat rancangan proyek kerja praktek dengan judul **“Penerapan Sistem Promotion Mix melalui Media Sosial dan Aplikasi Go food pada Warung “Plecing Lotim” di Batam”**.

## **1.2 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup yang dilakukan untuk penerapan sistem promosi dan penjualan dalam bentuk media sosial dan memanfaatkan aplikasi Gojek dengan layanan *Gofood*. dalam layanan *go food* untuk memudahkan konsumen daerah sekitar mengetahui adanya Warung Plecing Lotim. dan melakukan promosi ke sosial media seperti facebook dan instagram untuk lebih dikenal oleh masyarakat Batam lebih luas.

## **1.3 Tujuan Proyek**

Tujuan proyek yang di lakukan adalah membantu meningkatkan keuntungan 10%-20% pada penjualan di Warung makan “Plecing Lotim”, serta membantu pemilik dalam mengembangkan bisnis makanan khas lombok ini lewat sosial media agar dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen yang menggunakan media sosial. Hal ini dapat memberikan pengetahuan kepada pemilik dalam meningkatkan keuntungan penjualan menggunakan *promotion mix*.

#### 1.4 Luaran Proyek

Luaran proyek ini ialah merancang sistem penjualan dan promosi yang lebih efektif melalui teknologi media sosial dan aplikasi Gojek dalam layanan *Go food*.

Berikut output sistem penjualan dan promosi yang akan dilakukan untuk Warung Plecing Lotim:

1. Dengan Mendaftarkan Warung Plecing Lotim di *Go Food*.
2. Membuat akun untuk melakukan promosi *Instagram* dan *Facebook*.
3. Membuat menu makanan dan minuman yang lebih menarik.
4. Membuat spanduk baru berlogo halal.

#### 1.5 Manfaat Proyek

Adapun manfaat dari proyek ini bagi:

##### 1. Bagi Pemilik

Pemilik bersedia dilakukannya kerja praktek ini dikarenakan dapat meningkatnya omset pada Warung Plecing Lotim, menambahnya jaringan bisnis lewat sosial media serta dapat menambahnya pengetahuan serta memberikan pengalaman kepada pemilik dengan menggunakan promosi menggunakan media sosial.

##### 2. Bagi Mahasiswa

Dengan dilaksanakan kerja praktek ini penulis berharap peneliti lain dapat membah pengetahuan tentang sistem promosi dalam penjualan secara teoritis serta praktek langsung untuk meninjau peneliti lain untuk dijadikan sumber referensi.



## **1.6 Sistematika Pembahasan**

Proyek kerja praktek ini memiliki poin-poin sistematika yang bertujuan untuk mempermudah pembaca yaitu:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, ruang lingkup proyek, tujuan proyek, luaran proyek, manfaat proyek dan sistematika pembahasan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas konsep teoritis yang akan digunakan sebagai landasan untuk menjawab permasalahan pada penelitian ini. bab ini memfokuskan teori yang berkaitan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

### **BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini membahas tentang deskripsi identitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan, aktivitas kegiatan operasional perusahaan dan sistem yang digunakan oleh perusahaan.

### **BAB IV : METODOLOGI**

Pada bab ini membahas tentang rancangan penelitian, metode, teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian/studi untuk mencapai tujuan penelitian.

### **BAB V : ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini membahas tentang gambaran hasil dari observasi dalam hasil perancangan dan kendala implementasi.

### **BAB VI : IMPLEMENTASI**

Pada bab ini membahas tentang proses yang terjadi saat melakukan kegiatan implementasi dan hasil yang di peroleh dari perancangan kerja praktek yang diterapkan pada tempat kerja praktek.

### **BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan yang memuat pendapat dan saran singkat dari peneliti berdasarkan hasil yang diperoleh diakhir kerja praktek.

