

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Siapa yang tidak mengenal dengan namanya teknologi? Yang semakin berjalannya waktu dengan teknologi bisa dibuat apa saja dan sekarang sudah bisa dikatakan sebagai kebutuhan hidup. Maka dari itu setiap orang berkegantungan dengan namanya teknologi. Tujuan guna untuk membantu mereka mengakses suatu teknologi agar dapat berkomunikasi dengan cepat dan efektif dalam melakukan semua kegiatan sehari-hari. Salah satunya di Kota Batam yang memiliki banyak kuliner-kuliner Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang membutuhkan akses komunikasi dalam dunia bisnis mereka.

Kepulauan Riau telah banyak yang membuka Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam bidang kuliner salah satunya di Kota Batam. Dikarenakan Kota Batam sangat di sering di datangi oleh tourism dari luar seperti Singapura dan Malaysia dengan jarak yang cukup dekat dengan Kota Batam. Apalagi Kota Batam termasuk kota sebagai perkembangan teknologi yang hampir sama dengan negara Singapura dan Malaysia maka dari itu UMKM bidang kuliner bisa memanfaatkan peluang bisnis mereka agar bisa mendapatkan profit lebih banyak. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka setiap UMKM bidang kuliner bisa memiliki pemasaran yang baik dan melihat peluang yang dibutuhkan di kalangan masyarakat Batam, sehingga nama usaha dapat diketahui secara luas dan diketahui dengan ruang lingkup secara luas. Pemasaran yang efektif dan efeasien untuk UMKM bidang kuliner saat ini yaitu menggunakan metode *digital marketing*.

Sistem *digital marketing* ini juga bisa digunakan seperti *Go-food*, Instagram, Facebook, LINE dan Whatshap. Menggunakan aplikasi *Go-food* dan sosial media sangat penting bagi UMKM bidang kuliner di kota Batam agar mempermudah pelanggan untuk memesan makanan atau minuman dan dapat melihat makanan dan

minuman melalui sosial media. menggunakan aplikasi *Go-food* khususnya dalam bidang kuliner membuat masyarakat Batam terbantu, karena banyak masyarakat Kota Batam dari perantauan yang bekerja di perusahaan Industri untuk tidak sempat membeli makanan dan memasak makanan, keutungan di UMKM mendapatkan profit. Menggunakan sosial media instagram, facebook, utuk menambah pelanggan yang belum pernah merasakan kuliner tersebut bukan hanya di Kota Batam sosial media sangat cepat tersebar luas dan dilihat oleh *Torism* ataupun pendatang luar Batam yang ingin mencobanya dengan meng-*update* gambar atau video tentang kuliner. Untuk menggunakan akun Whatshap dan Line agar pemilik bisa menerima pesanan untuk acara-acara atau pelanggan di sekitar warung bubur.

Salah satunya adalah Wr. Amelia yang menjual bubur ayam dan kacang ijo yang penjual masih belum memakai akses komunikasi berbaur teknologi dalam dunia bisnisnya. Hanya berpatokkan kepada pelanggan-pelanggan tetap di sekitar warung sehingga pendapatannya tetap. Wr. Amelia berdiri pada tahun 2005 terletak di Jl. Bakal samping Ruko Simpang Kara, namun dari tahun 2005 Wr. Bubur Ayam masih belum memasarkan buburnya dari sosial media dan melalui aplikasi Go-jek (*Go-food*) membuat pelanggan-pelanggannya pindah ke pesaing bubur lain di karenakan persaingan yang sudah sangat ketat dan mereka sudah memakai aplikasi *Go-food*. Banyak pelanggan Wr. Amelia untuk meminta memakai aplikasi *Go-food* agar yang tidak sempat mampir ke warung bisa menggunakan aplikasi Go-jek onlie atau *Go-food* untuk sarapan pagi. Bukan hanya itu melalui instagram dan facebook juga harus di lakukan agar bisa menambah pelanggan yang belum pernah merasakan bubur Wr. Amelia. Line dan Whatshap juga berguna di dalam bisnis terutama untuk warung bubur ini, agar pelanggan bisa memesan dan berkomunikasi melalui whatshap dan line bukan hanya komunikasi saja, aplikasi line dan whatshap bisa mempromosikan melalui aplikasi tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, sangat perlu namanya sistem pemasaran yang berlaku disetiap UMKM dalam melakukan kegiatan kerja praktek dalam bentuk yang berjudul **“Strategi Promosi Pada Warung Bubur Ayam Amelia melalui Aplikasi Ojek Online.”**

1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan Ruang Lingkup pada kerja praktek ini sangat lebih memperhatikan suatu sistem penjualan dan promosi yang akan digunakan dalam melakukan pemasaran seperti ojek online saat ingin melakukan penjangkauan wilayah pemasaran yang sangat luas sehingga dikenal oleh banyak orang. Hal ini juga merupakan suatu rancangan pada sistem penjualan dan promosi dengan tujuan agar pelanggan yang tidak sempat untuk singgah ataupun tidak bisa keluar bisa memesan melalui aplikasi ojek *online* tanpa harus ke Warung Bubur Amelia di daerah Ruko Simpang Kara.

1.3 Tujuan Proyek

Penulis melakukan pengerjaan proyek bertujuan membantu para pemilik dan mengajari mereka cara mengeporasikan sistem Ojek *Online* agar warung bubur Ayam Amelia mendapatkan pelanggan lebih banyak dan meningkatkan laba dengan begitu penulis menyarankan kios dapat menaikkan omset sebesar 20% hingga 30%. Membantu para pemilik dalam membuat aplikasi di sosial media untuk memsarkan bubur ke Instagram, Fcebook, Line dan Whatshap.

1.4 Luaran Proyek

Berdasarkan luaran proyek dengan tujuan memperluas pemasaran agar penjual bisa mendapatkan profit yaitu dengan pemasaran yang berbasis digital. Pemasaran secara *online* atau yang disebut dengan digital marketing bisa digunakan dengan *Go-food*, Instagram, Fcebook, Whatshap yang berguna untuk menambahkan pelanggan Wr. Amelia.

Hasil dari luaran proyek ini adalah berupa aplikasi gojek *online* (*Go-food*), dapat berguna untuk pemilik agar pemilik tidak capek mengantar pesanan pelanggan dan pelanggan bisa berlangganan tetap jika tidak sempat mampir ke Wr. Amelia.

Menggunakan sosial media untuk menambah pelanggan dari luar ataupun jauh, di karenakan pemilik warung bubur harus sering mengupdate gambar

ataupun video bubur tersebut agar seluruh wilayah bisa mencoba dan mencicipi bubur di Wr. Amelia dan membuat bertambahnya keuntungan dari biasanya.

Maka dari itu pemasaran yang berbasis digital dibuat untuk membantu mengatasi kendala yang di hadapi oleh Wr. Amelia dengan sistem penjualan berupa:

- a. Pendaftaran di aplikasi Go-jek seperti *Go-food*
- b. Membuat Katalog yang didalamnya terdapat berbagai menu produk yang bertujuan mempermudah para konsumen dan calon konsumen dalam memilih produk.
- c. Membuat sebuah akun sosial media sebagai sarana promosi seperti Instagram, Facebook, Whatshap, dan Line.

1.5 Manfaat Proyek

a. Bagi Pemilik

Penelitian ini dibuat untuk dapat menjadikan tambahan informasi dan mendapatkan lebih banyak ilmu dalam memasarkan produk mereka di ojek *online*. Dengan perkembangan zaman dan memudahkan pemilik Warung Bubur Ayam Amelia untuk memasarkan produk di harapkan pemilik bubur ayam mampu memasarkan produk dengan baik dan bisa membuat pelanggan tertarik untuk membeli di Warung Bubur Ayam Amelia. Diharapkan Sistem digital yang disarankan bisa menambah pelanggan dan menambahkan laba dalam penjualan sesuai tujuan yang di inginkan.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan secara teoritis dan prakteknya dilapangan bagi para penulis pada ojek *online* dan dapat dijadikan sumber referensi bagi para peneliatian lainnya.

1.6 Sistematika Pembahasan

Dari pembahasan ini akan dijelaskan mengenai isi dari masing masing bab secara garis besar. Penelitian ini terdiri dari tujuh bab diantara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah yang di hadapi oleh pemilik warung, ruang lingkup warung, mencari tau tujuan proyek untuk warung, luaran proyek warung, manfaat proyek yang

akan diperoleh pada warung, dan sistematika pembahasan yang akan di bahas pada warung

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai suatu teori, unsur-unsur yang terdapat dalam temuan serta komponen dan informasi yang cukup akurat tentang pemasaran yang dilakukan oleh warung.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas mengenai gambaran warung secara umum, struktur dari organisasi warung, aktivitas pada kegiatan operasional di warung dan sistem warung tersebut

BAB IV : METODOLOGI

Bab ini membahas tentang merancang sebuah penelitian, teknik dalam mengumpulkan data, proses perancangan dan tahapan serta jadwal pelaksanaan penelitian.

BAB V : ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang menganalisis data, perancangan sistem dan kendala implementasi pada perusahaan yang diteliti.

BAB VI: IMPLEMENTASI

Bab ini membahas tentang kegiatan saat di implementasi di warung saat pengerjaan proyek dan setelah implementasi setelah pengerjaan

BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang suatu kesimpulan dan saran dari pihak penulis kepada pihak pemilik yang terkait dengan hal-hal yang ditemukan dalam tempat kerja selama masa pelaksanaan.