

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Kepulauan Riau, Batam merupakan kota terpadat dan juga kota dengan penduduk ketiga terbesar di wilayah Sumatera, yang pertama ke dua merupakan Medan dan Palembang. Dapat diketahui juga Batam juga merupakan kota yang terletak sangat strategis dikarenakan Batam ini juga tidak begitu jauh dari Singapura. (<https://www.kompasiana.com/cucumsuminar/54f99dfaa333112b058b5484/batam-kota-besar-dan-trotoar>)

Dikarenakan dekat dengan singapura ini membuat kota Batam menjadi kota dengan pertumbuhan teknologi yang cepat tidak kalah jauh terhadap Singapura. Seperjalanan waktu kepentingan teknologi semakin meningkat drastis yang dapat mempengaruhi segala aspek dalam menjalani kehidupan, dimana pun dan kemana pun kita pergi sudah pasti akan membutuhkan alat komunikasi yang efektif dan mempercepat segala kegiatan.

Dengan pertumbuhan teknologi sekarang membuat banyak usaha seperti kuliner terbantu dengan sosial media: Instagram, Whatsapp, Grabfood untuk memudahkan menyebar berbagai jenis informasi makanan dan dapat dipromosi oleh orang terkenal untuk penjual usaha di bidang kuliner dan yang lain juga.

Banyaknya masyarakat di kota Batam maka timbulnya banyak peluang untuk setiap orang untuk melakukan bisnis apapun yang mereka inginkan. Sebagaimana diketahui makanan tetap masih merupakan salah satu kebutuh primer bagi umat manusia, dengan kesibukan manusia di era sekarang membuat mereka semakin tidak memiliki ketersediaan waktu untuk mempersiapkan makan di rumah.

Dengan melihatnya peluang tersebut, bisnis kuliner merupakan salah satu peluang bisnis yang cocok untuk para pengusaha sekarang ini. Walaupun dalam bisnis kuliner ini memiliki banyak pesaing tetapi setiap pengusaha kuliner memiliki ciri khas masing-masing yang dapat membuat mereka berbeda dari satu dengan yang lain. Maka dari itu peluang bisnis kuliner masih terbuka kepada orang yang ingin mencari pendapatan dengan membuka bisnis tersebut dan tidak heran jika bisnis kuliner masih menarik banyak orang untuk membukanya.

Salah satu usaha UMKM yang ada di kota Batam adalah Mie Pangsit Asia yang sudah membuka bisnis kulinernya di tahun 2011 yang berlokasi di Pasar Pujabahari Blok A no 10-11. Mie Pangsit Asia mempunyai cita rasa yang unik dibandingkan dengan mie pangsit lainnya. Pemilik usaha menambahkan kuah bawang khas yang telah diracik secara turun temurun.

Pada awal berdirinya usaha ini, pemilik usaha mampu mendapatkan keuntungan sebesar Rp 8.000.000 perbulan. Namun sejak bisnis kuliner ini mempunyai banyak pesaing di tahun 2016, pemilik mengalami penurunan keuntungan bersih menjadi Rp 5.000.000 – Rp 6.000.000 perbulan.

Turunnya keuntungan usaha ini disebabkan oleh beberapa faktor. Selain karena banyaknya pesaing, pemilik usaha tidak pernah menjalankan promosi apapun melalui sosial media kayak Grabfood, Instagram. Jika tidak mengikuti promosi era modern sekarang akan dikuatirkan usaha Mie Pangsit Asia ini tidak memiliki kesempatan untuk bersaing dengan bisnis kuliner yang lain.

Karena melihat dari latar belakang diatas, tujuan penulis ingin membuat proyek kerja praktek yang berjudul **“Implementasi Sosial Media Untuk Meningkatkan Penjualan Mie Pangsit Asia di Batam”**.

1.2 Ruang Lingkup

Bersumber pada pengamatan yang telah dilakukan kepada Mie Pangsit Asia, dapat diketahui Mie Pangsit Asia masih tidak memiliki sistem yang bagus dalam mempromosi melalui sosial media. Konsumen hanya bisa memesan melalui telepon terlebih dahulu dan mengambilnya dalam 5-10 menit. Dari permasalahan diatas maka tujuan penulis adalah penulis akan menerapkan sistem *promotion mix* kepada Mie Pangsit tersebut sehingga orang orang bisa menyadari eksistensi Mie Pangsit Asia agar dapat mendatangkan banyak orang baru dalam mengkonsumsi produk Mie Pangsit Asia agar dapat meningkatkan keuntungan Mie Pangsit Asia. Dimana *promotion mix* merupakan gabungan dari sistem tatapan muka, mengadakan iklan agar lebih eksistensi, mengadakan promosi supaya menarik orang datang, dan menjaga hubungan hingga dapat mencapai target dari sebuah perusahaan.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan dalam melaksanakan penelitian ini di dalam laporan kerja praktek ini adalah menaikkan pendapatan bersih omset Mie Pangsit Asia sebesar 10% hingga 15% perbulan dengan mendaftarkan akun Mie Pangsit Asia ke dalam aplikasi Grab yaitu Grabfood supaya memudahkan konsumen dalam memesan produknya dan bisnis kuliner Mie Pangsit Asia ini dapat bersaing keras dengan bisnis kuliner lainnya.

1.4 Luaran Proyek

Tujuan dari luaran proyek yang telah ada dengan menerapkan cara menjualkan produknya dan bagaimana cara mempromosi agar menjangkau luas pangsa pasar dibanding dengan yang sekarang. Dengan menerapkan pemasarannya melalui sosial media dan aplikasi *online* tersebut dapat mendukung untuk memecahkan masalah berada di Mie Pangsit Asia. Berikut ini adalah *Output* dari cara mempromosikan dan cara menjual produk ini adalah:

1. Mendaftarkan akun Mie Pangsit Asia ke dalam aplikasi Grab yaitu Grabfood.
2. Melakukan penempelan *sticker* Grabfood di stand Mie Pangsit Asia sebagai langkah edukasi kepada konsumen.
3. Memuat produk Mie Pangsit Asia kedalam sosial media seperti IG sebagai panduan untuk memesan ke applikasi Grabfood.

1.5 Manfaat Proyek

Penelitian berharap bahwa manfaat dari berikut ini berguna bagi:

1. Bagi Pemilik
Adanya kesempatan dalam melaksanakan kerja praktek disini bisa menjadi sebuah tempat yang cocok dalam berdiskusi atau menukarkan pemikiran bagaimana cara meningkatkan penjualannya maupun promosi. Setelah bertukar pemikiran pemilik pun akan mendapatkan omset yang lebih tinggi dari tahun tahun sebelumnya.

2. Bagi Mahasiswa

Adanya kesempatan dalam menganalisis kerja praktek ini dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan bagaimana cara sistem penjualan maupun mempromosikan baik secara teoritis ataupun secara mempraktekan ketika berada dilapangan. Diharapkan penelitian ini juga dapat berguna untuk peneliti yang lain sebagai salah satu sumber referensi.

1.6 Sistematika Pembahasan

Dari tujuh bab yang dibawah ini, peneliti berharap bahwa perincian secara garis besar dapat memudahkan peneliti lain dalam mengerti isi dari penelitian ini. Berikut adalah isi dari peneilitian:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab satu menceritakan tentang latar belakang sebuah masalah, ruang lingkup proyek, tujuan tujuan dari proyek, manfaat manfaat proyek dan pembahasan sistematika

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab dua ini menceritakan mengenai konsep yang teoritis agar dijadikan sebagai tujuan dasar dalam menjawab masalah-masalah atas penelitian ini. Bab ini juga lebih berfokus kepada referensi yang membahas mengenai teori teori yang bersangkutan dengan tujuan penelitian dan rumusan masalah.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab tiga ini akan menceritakan mengenai identitas atau ciri-ciri dari perusahaan, struktur organisasi perusahaan, aktivitas kegiatan operasional perusahaan dan sistem apa saja yang digunakan oleh perusahaan tersebut untuk mencapai tujuan.

BAB IV: METODOLOGI

Dalam bab empat ini menceritakan mengenai rancangan penelitian, metode, teknik atau cara mengumpulkan data yang digunakan untuk menjawab masalah peneliti atau studi untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB V: ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Pada bab ini membahas mengenai gambaran tentang hasil setelah observasi, uraian hasil perancangan dan kendala dari implementasi.

BAB VI: IMPLEMENTASI

Pada bab ini membahas tentang kejadian proses ketika implementasi dan hasil yang diperoleh dari perancangan yang sudah di terapkan pada tempat kerja praktek.

BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan yang memuat pendapat dan saran yang diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil yang di peroleh setelah akhir kerja praktek.