

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia kuliner juga merupakan salah satu bagian yang paling penting didalam sebuah negara. Dengan banyaknya kuliner tersebut muncul sebuah persaingan yang memiliki beberapa variasi produk, baik itu terkenal ataupun yang masih kecil. Sampai saat ini, kuliner di seluruh dunia masih tetap berkembang dengan kreativitas yang dibentuk oleh warga sekitarnya dan lingkungan yang ditinggal, sehingga kuliner tersebut digunakan sebagai investasi atau eksportir antar negara. Dengan usaha ini, warga lebih memilih untuk melakukan pekerjaan tersebut untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Akan tetapi setiap toko atau tempat yang membedakan satu sama dengan yang lainnya yaitu strategi pemasaran dan produksi masing-masing.

Di daerah Kota Batam tidak juga asing dengan adanya dunia industri kuliner ini, sehingga seluruh daerah sekitar luar Kota Batam mengunjungi Kota Batam untuk memasarkan produk kotanya sendiri, baik itu dari luar kota ataupun dari dalam kota. Selain itu juga adanya industri kuliner yang ada di luar negri yang masuk kedalam pemasaran di Kota Batam, hal ini terjadi dikarenakan Kota Batam merupakan lokasi yang strategis dalam pemasaran produk atau memperkenalkan produk apalagi produk Indonesia dengan adanya banyak wisatawan yang selalu berkunjung ke Kota Batam tiap harinya. Dengan banyaknya industri kuliner ini, kata persaingan juga tidak asing bagi warga di Batam, maka itu strategi pemasaran dibutuhkan untuk meningkatkan ketertarikan konsumen.

Salah satu bagian kuliner dari Batam yaitu dimana terkenalnya makanan-makanan yang bersifat non-halal atau mengandung babi, Kue Cap merupakan makanan khas dari Kalimantan, dimana makanan ini dapat dikatakan sebagai sebuah makanan yang memiliki banyak variasi dari bahan-bahan yang digunakan. Toko Kue Cap 3S Pasir Putih Batam Center ini adalah salah satu tempat makan yang dapat ditemukan makanan Kue Cap yang telah dibuka selama 4 tahun dari sekarang di tanggal 6 Oktober 2016 oleh Ibu Merry, yang memiliki 1 orang anggota karyawan. Dari latar belakang masalah yang ditemukan di atas, membuat penulis

terdorong untuk menerapkan kerja praktek yang berjudul implementasi *e-marketing* pada usaha mikro Kue Cap 3S.

1.2 Ruang Lingkup

Di dalam ruang lingkup penelitian ini, segala informasi dan masalah yang telah dikumpulkan, menentukan sebuah strategi pemasaran yang dapat meningkatkan pendapatan omset tempat tersebut. Maka dari itu peneliti berencana dalam memasarkan produk tersebut melalui media sosial. Peneliti memasarkan produk melalui media sosial dikarenakan semakin modernnya sistem promosi sekarang dan dapat lebih mudah untuk meningkatkan daya tarik konsumen baru. Seperti Instagram dapat digunakan untuk membuat promosi dan pengenalan suatu produk. Selain itu ada aplikasi ojek daring dimana fungsinya agar konsumen dapat membeli produk tanpa harus datang ke toko.

1.3 Tujuan Proyek

Proyek ini memiliki tujuan untuk memperkenalkan tempat makan Kue Cap 3S kepada konsumen yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen dalam mengonsumsi makanan Kue Cap 3S. Dengan adanya ketertarikan yang banyak dari konsumen, maka daya tarik tersebut dapat meningkatkan omset yang lebih per tahunnya dari tahun sebelumnya. Selain itu penulis juga dapat mempelajari sebuah hal ataupun pengalaman dari membentuk proyek dalam memasarkan sebuah produk.

1.4 Luaran Proyek

Proyek ini memiliki *output* yang terdiri dari promosi dimana telah direncanakan dan disebarakan kepada warga sekitar, kemudian promo akan disebarakan melalui pembuatan akun media sosial seperti Instagram dimana aplikasi ini adalah aplikasi yang sudah sering dipakai oleh masyarakat pengguna media sosial. Serta aplikasi ojek daring yang dapat mempermudah konsumen apabila konsumen tidak mempunyai waktu yang cukup untuk datang ke toko untuk membelinya. *Output* dari sistem promosi untuk meningkatkan penjualan antara lain:

1. Kue Cap terdaftar pada aplikasi Grab yaitu Grab Food.
2. Akun Instagram yang digunakan sebagai sarana untuk melakukan promosi.
3. Akun Whatsapp yang digunakan sebagai sarana untuk memudahkan konsumen untuk berkomunikasi langsung dengan pemilik usaha.

1.5 Manfaat Proyek

Dari proyek ini, peneliti menginginkan penelitian ini mempunyai manfaat yang berguna:

1. Bagi pemilik
Dengan adanya bantuan dari mahasiswa, proyek ini dapat membuat tempat makan Kue Cap 3S ini dikenal oleh warga yang lebih luas sehingga dapat mengembangkan proses pemasaran produk, maka dengan itu dapat memperbesar potensi yang dapat dicapai oleh tempat Kue Cap 3S tersebut.
2. Bagi mahasiswa
Analisis yang telah dilakukan, penulis dapat menambah sebuah ilmu atau wawasan yang telah dipelajari secara teori, sehingga dapat mengalami apa yang dimaksud dengan pemasaran sebuah produk baik itu sebagai pendukung ataupun pemilik tempat perusahaan.

1.6 Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, terdapat tujuh bab dengan tujuan guna memperlihatkan gambaran besar untuk pembaca tentang pembahasan dari penelitian ini yang sedang berlangsung. Berikut adalah isi daripada penelitian ini:

1. BAB I: PENDAHULUAN
Pada bagian pendahuluan ini berisikan tentang latar belakang suatu masalah, tentang ruang lingkup proyek yang diteliti, tujuan dilaksanakannya proyek ini, luaran proyek yang dikerjakan, manfaat penelitian yang didapatkan serta penataan pembahasan proyek.
2. BAB II: LANDASAN TEORI
Didalam bagian bab ini akan dijelaskan tentang landasan teori yang digunakan untuk diterapkan sebagai penghubung untuk menyelesaikan masalah yang ditemukan oleh peneliti. Penulis akan lebih berfokus kepada

penyelesaian masalah yang memiliki kaitan ataupun sangkutan terhadap masalah dan tujuan yang peneliti harapkan.

3. **BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Identitas perusahaan akan dijelaskan pada bagian ini. Baik itu struktur yang terdapat pada perusahaan, aktifitas dari kegiatan yang terdapat pada perusahaan maupun penerapan sistem pada perusahaan.

4. **BAB IV : METODOLOGI**

Metode yang akan diterapkan pada penelitian ini akan dijelaskan pada bab ini. Serta teknik atau cara pengumpulan data dimana data tersebut mempunyai jawaban untuk permasalahan ataupun kendala yang ada pada penelitian ini.

5. **BAB V : ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN**

Apa yang ditemukan dari hasil survei akan menjadi bahasan pada bab ini. Rancangan dan kendala yang ada pada saat penerapan juga akan dijelaskan pada bagian ini.

6. **BAB VI : IMPLEMENTASI**

Terdapat pembahasan proses dan hasil dari implementasi yang dirancang oleh peneliti.

7. **BAB VII : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bagian terakhir ini berisikan kesimpulan dan saran yang peneliti telah rangkum dari pembahasan sebelumnya berdasarkan hasil penelitian kerja praktek.