

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) merupakan salah satu bentuk usaha berbentuk umum yang keberadaannya sangat berpengaruh terhadap pergerakan ekonomi didalam suatu pasar maupun suatu Negara. UMKM sangat berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan sangat membantu mengurangi persentase pengangguran didalam suatu Negara. Berdasarkan dari data terakhir yang dipublikasikan oleh Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia tahun 2016-2017 melalui website depkop.go.id total UMKM tahun 2016 sebanyak 61.656.547 unit dengan penggunaan tenaga kerja sebanyak 116.273.356 orang. Pada tahun 2017 UMKM meningkat sebesar 2,06% dengan total UMKM sebanyak 62.928.077 unit dengan penggunaan tenaga kerja sebanyak 120.260.185 orang (Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia).

Di era sekarang yang semakin berkembangnya teknologi, bisnis perdagangan online pelan-pelan mulai muncul di kalangan masyarakat dan perdagangan online ini sangat mendunia dan juga sangat mempengaruhi pendapatan dari pembisnis yang melakukan bisnis secara online. Berdasarkan data terakhir dari Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah melalui website kominfo.go.id pada tahun 2017 total UMKM yang sudah go online berjumlah 3,79 juta unit. Bisnis online dapat dilakukan dengan cara menciptakan suatu website khusus untuk membuka lapak bagi para pembisnis UMKM, seperti yang kita ketahui beberapa website bisnis online raksasa

yang sangat dikenal diantaranya ada Amazon, Alibaba, Bukalapak, Tokopedia, Shopee dan semakin berkembangnya teknologi maka diciptakan aplikasi yang dapat digunakan oleh umum. Selain website, media sosial juga banyak digunakan oleh pembisnis UMKM untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang dimiliki dan mempercepat perputaran uang. Media sosial yang digunakan diantaranya Facebook dan Instagram.

Pemasaran lewat media sosial ada berbagai cara, diantaranya adalah dengan melakukan siaran langsung (live) dalam menawarkan suatu barang dan rata – rata media sosial yang digunakan untuk siaran langsung (live) adalah facebook. Tidak hanya siaran langsung saja, pembuatan forum atau group juga digunakan oleh pelapak dengan cara menulis/mengetik tentang rincian produk yang ingin dipasarkan oleh pelapak di laman facebook.

Berbeda dengan Instagram, cara yang dilakukan oleh pembisnis UMKM adalah dengan cara menyediakan jasa titip dan juga mendaftarkan akun kepada promosi berbayar yang disediakan oleh pihak Instagram yang dapat mengatur pemasaran dengan cara mempublikasikan iklan kepada seluruh pengguna Instagram tersebut. Dalam melakukan bisnis online pelaku usaha hanya perlu mengeluarkan biaya operasional yang sangat kecil, biaya operasional yang diperlukan diantaranya komputer/laptop, hanhphone, dan wi-fi.

Salah satu UMKM yang mulai menerapkan sistem pemasaran online adalah usaha tour & travel. Usaha tour & travel merupakan bisnis yang bergerak dalam menawarkan destinasi piknik dan menjual jasa transportasi darat, laut, udara dan juga menawarkan tempat penginapan seperti motel, hotel dan villa. Pemasaran online yang

dilakukan usaha tour & travel dapat dilihat pada aplikasi media sosial yang kita gunakan seperti facebook, instagram, youtube, dan juga ada beberapa website yang diciptakan oleh perusahaan travel yang sudah besar seperti Gotravela Indonesia dan Trivago dengan tujuan untuk mempermudah menjangkau masyarakat luas yang ingin berpergian ke luar kota. Namun ada juga beberapa usaha travel yang belum menerapkan pemasaran online karena usaha yang dijalankan kurang dari setahun dan juga kurangnya pengetahuan tentang dampak positif yang diperoleh jika melakukan sistem pemasaran online.

Timor Baru Travel merupakan salah satu tempat usaha UMKM yang menjual tiket pesawat & kapal, jasa bayar listrik & air, dan jasa pembayaran sim & stnk di kota Batam. Dalam melakukan usahanya, Timor Baru Travel tergolong baru dan masih belum terlalu dikenal oleh banyak masyarakat, dilihat dari sisi pemasaran lokasi travel ini masih belum banyak penduduknya karena kompleks tersebut masih baru. Proses penjualan yang dilakukan adalah dengan cara menunggu pelanggan datang membeli. Cara ini menyebabkan proses penjualan menjadi lambat dan menghasilkan pendapatan yang kecil. Hal ini dapat menyebabkan ketertinggalan zaman terhadap Timor Baru Travel karena tidak memanfaatkan media sosial yang sekarang banyak digunakan pelaku usaha travel untuk melakukan bisnis penjualan. Berdasarkan latar belakang dari masalah tersebut maka penulis ingin menulis karya ilmiah berjudul **“Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran berbasis online pada Timor Baru Travel”**

1.2 Ruang Lingkup

Penulis menetapkan Timor Baru Travel sebagai objek penelitian dengan merancang sistem pemasaran online dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pengembangan usaha. Oleh karena itu, ruang lingkup kerja praktek yang akan dilakukan adalah memanfaatkan aplikasi media sosial facebook dan instagram untuk memasarkan produk yang dimiliki oleh Timor Baru Travel yang kedepannya akan diterapkan oleh pemilik usaha.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan proyek yang dilakukan di Timor Baru Travel adalah sebagai berikut.

- a. Membantu meningkatkan omset penjualan di Timor Baru Travel sebesar 15% perbulan
- b. Membantu meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang keberadaan Timor Baru Travel
- c. Memberikan pengetahuan kepada pemilik usaha Timor Baru Travel dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memasarkan produk & jasa di era sekarang

1.4 Luaran Proyek

Luaran proyek dari kerja praktek ini adalah metode digital marketing dengan menggunakan media sosial yang sering digunakan masyarakat seperti facebook, instagram, dan line dengan cara pembuatan akun khusus untuk melakukan *broadcast* kepada masyarakat untuk menawarkan produk dan jasa yang dimiliki oleh Timor

Baru Travel. Pemanfaatan media sosial ini menghemat biaya dan waktu dan juga dapat menjangkau pasar lebih luas di era sekarang ini.

1.5 Manfaat Proyek

Dalam pelaksanaan kerja praktek yang dilakukan ini, penulis ingin memberikan manfaat bagi pemilik usaha dan bagi penulis. Manfaat proyek ini diantaranya adalah

a. Bagi Pemilik

Pemilik mendapat gagasan baru mengenai cara mengembangkan usaha dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk bersaing dalam melakukan usaha bisnis.

b. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa mendapat pengalaman untuk menerapkan ilmu yang dipelajari selama kuliah kedalam kerja praktek dan juga dapat memahami bagaimana kondisi lingkungan kerja aktual yang dapat dijadikan pembelajaran.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini bertujuan dalam memberikan rangkuman mengenai isi dari setiap bab. Pembahasan dari penelitian ini terdapat 7 bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan rangkuman singkat dari latar belakang masalah, ruang lingkup, tujuan proyek, luaran proyek, manfaat proyek, dan sistematika pembahasan.

BAB II TIJNJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan rangkuman sistematis dari penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini dijelaskan tentang identitas dari perusahaan, struktur perusahaan, dan aktivitas dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang diteliti.

BAB IV METODOLOGI

Pada bab ini dijelaskan uraian tentang rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, perancangan metode yang dilakukan, dan jadwal pelaksanaan dari kerja praktik.

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Pada bab ini dijelaskan kondisi yang sedang dihadapi oleh perusahaan, proses pengumpulan informasi dan pengambilan data, metode penelitian yang akan diterapkan, dan kendala-kendala yang akan dihadapi dalam kerja praktek.

BAB VI IMPLEMENTASI

Pada bab ini dijelaskan tentang penerapan metode yang dibuat dan hasil dari penerapan metode yang sudah dilakukan.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan tentang rangkuman dari kesimpulan dan saran terhadap penelitian ini.