

KERTAS KERJA
PRAKTEK KERJA LAPANGAN (PKL)

**PENGELOLAAN SOSIAL MEDIA UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA USAHA BLADO SNACK**



DISUSUN OLEH :
NOVIA RAHMA DIANI
NPM : 20100915302234

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BANGKINANG
BANGKINANG
2023

HALAMAN PERSETUJUAN

NAMA : NOVIA RAHMA DIANI
NPM : 20100915302234
PEMINATAN : MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL : PENGELOLAAN SOSIAL MEDIA UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA
BLADO SNACK

DISETUJUI OLEH

Dosen Pembimbing

Pembimbing Perusahaan

LIBRINA TRIA PUTRI, S.E.MM

SITI NURJANNAH SIPAYUNG

Mengetahui:
Ketua Program Studi Manajemen

H. YULIZAR BAHARUDDIN S.Ag., M.M

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji syukur kepada ALLAH SWT atas semua karunia, rahmat dan kekuatan yang telah diberikan kepada penulis hingga akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan kertas kerja Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang berjudul **“PENGELOLAAN SOSIAL MEDIA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA BLADO SNACK”**.

Laporan Praktek Kerja Lapangan ini jauh dari kesempurnaan yang disebabkan oleh karena keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki. Untuk itu saran dan kritik dari semua pihak yang bersifat membangun dan demi penyempurnaan laporan ini sangat penulis harapkan.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada Ibu Librina Tria Putri S.E.,MM selaku Dosen Pembimbing Lapangan dan semua pihak yang telah turut membantu dalam menyelesaikan laporan ini. Oleh sebab itu, penulis dengan senang hati memperoleh banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang dapat menyempurnakan laporan ini. Penulis mengucapkan terimakasih atas segala bantuan baik secara moral maupun material kepada:

1. Bapak Ir. H. Neflizal, MM selaku ketua Yayasan Lembaga Pendidikan Kampar beserta unsur pimpinan.
2. Bapak Dr. H. Zulher, MS selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bangkinang.
3. Bapak Ir. H. Zamhir Basem, MM selaku Pembantu Ketua I Bidang Akademik STIE Bangkinang.
4. Ibu Hj. Kasmawati, SE, M.Ak selaku Pembantu Ketua II Bidang Administrasi Umum dan Keuangan STIE Bangkinang.
5. Bapak Dr. Ir. H. Arman, MM selaku Pembantu Ketua III Bidang Kemahasiswaan STIE Bangkinang.

6. Bapak H. Yulizar Baharuddin, S.Ag., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Bangkinang.
7. Ibu Siti Nurjannah Sipayung selaku pimpinan pada usaha Blado Snack karena telah membimbing dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan kertas kerja Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini.
8. Rekan-rekan kelompok Praktek Kerja Lapangan pada usaha Blado Snack yang telah memberikan masukan yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga ALLAH SWT memberikan balasan atas semua bantuan dan kebaikan yang telah kalian berikan kepada penulis, serta diberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Amin.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga apa yang tertuang didalam Kertas kerja Praktek Lapangan (PKL) ini ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan terima kasih atas kritik, saran dan masukan yang telah diberikan untuk kesempurnaan Kertas kerja Praktek Kerja Lapangan ini.

Bangkinang, Oktober 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN KERTAS KERJA (PKL)	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan	6
C. Sasaran.....	6
D. Batasan	7
BAB II : PROFIL PERUSAHAAN	8
A. Sejarah Perusahaan.....	8
B. Struktur Organisasi.....	10
C. Aktivitas Perusahaan	12
BAB III : RENCANA, FAKTA DAN ANALISA	16
A. Rencana	16
B. Fakta.....	17
C. Analisa.....	21
BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN	25
A. Kesimpulan.....	25
B. Saran.....	25
DAFTAR PUSTAKA	26
LAMPIRAN	27

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: Daftar varian produk dan harga Blado Snack	16
Tabel 3.2	: Target penjualan dan realisasi pada bulan Juli - September pada usaha Blado Snack.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Hadir Mahasiswa Praktek Kerja Lapangan (Pkl).....27
- Lampiran 2 : Kartu Kendali Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL)28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Akun Blado Snack Yang Sudah Dibuat Pada Tahun 2020	2
Gambar 1.2	: Data Unduhan Aplikasi Tertinggi Pada Tahun 2021	3
Gambar 1.3	: Profil Akun Shopee Blado Snack.....	4
Gambar 1.4	: Profil Akun Instagram Blado Snack.....	4
Gambar 1.5	: Profil Akun Facebook Blado Snack	5
Gambar 1.6	: Profil Akun Tiktok Blado Snack	5
Gambar 2.1	: Struktur Organisasi Blado Snack	8

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi yang ditandai oleh kemajuan pesat dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan peningkatan kebutuhan manusia akan informasi. Hal tersebut ditandai dengan hadirnya internet. *Interconnection networking* atau yang biasa disebut dengan internet merupakan jaringan yang saling terhubung secara global. Sebagai media pertukaran informasi yang tidak dibatasi oleh jarak fisik antar komputer mempunyai peran yang sangat penting sehingga jumlah pengguna internet setiap tahun selalu meningkat. Pengguna internet diseluruh dunia baik mobile maupun fixed mengalami kenaikan terus menerus.

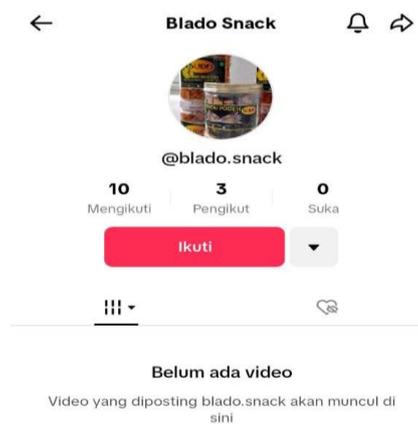
Berdasarkan laporan Hootsuite dan We Are Social bertajuk “*Digital 2023*” jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta. Angka tersebut mengalami kenaikan 10 juta atau 5% dibandingkan dengan 2022 yang jumlahnya 202 juta pengguna, dengan persentase 73,7% dari total populasi yaitu 276,4 juta jiwa. Dari total pengguna internet sebesar 96,4% mengakses internet melalui perangkat mobile berjenis smartphone dan feature phone dengan menggunakan koneksi seluler dan Wifi untuk mengakses internet. Berdasarkan laporan tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata pengguna internet berusia 16 – 64 tahun dan sebesar 61,8% merupakan pengguna aktif di media sosial. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan masyarakat Indonesia dalam menggunakan media sosial sehingga

memunculkan peluang sebagai strategi alternatif bagi pelaku usaha untuk bisa memasarkan produknya dengan memanfaatkan media sosial.

Pemasaran digital saat ini dikenal dengan sebutan marketing 4.0 yaitu pemasaran dengan tujuan khusus mengadvokasi konsumen dalam mencapai tujuan perusahaan yang menggunakan interaksi online dan interaksi offline dalam pelaksanaannya. Seluruh sektor bisnis dan usaha harus menggiatkan penjualan baik itu informasi maupun pelayanan melalui digital marketing atau lebih tepatnya sosial media. Memperluas pangsa pasar dan mempromosikan produk melalui media sosial adalah hal yang harus diperhatikan oleh Blado Snack. Sebelumnya, Blado Snack juga sudah mencoba untuk mengelola sosial media sebagai strategi pemasaran produknya, namun hanya mengalami peningkatan yang tidak terlalu signifikan.

Gambar 1.1

Akun blado snack yang sudah dibuat pada tahun 2020



Sumber :tiktok@blado.snack

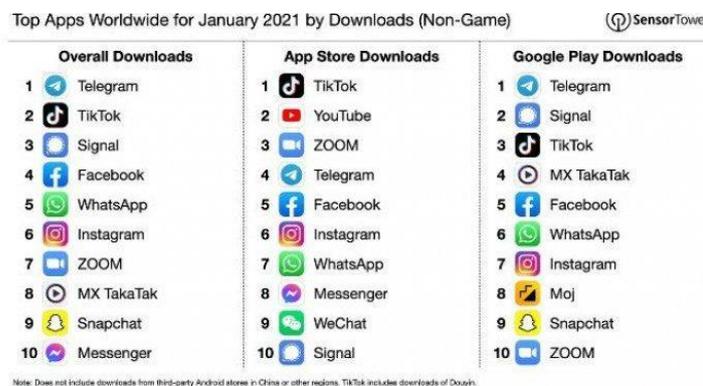
Dari gambar diatas menunjukkan bahwa tidak ada perkembangan dalam pengelolaan sosia media pada akun tiktok @blado.snack sehingga dalam pengenalan produk nya sangat minim sekali. Kurangnya pengelolaan media sosial

ini juga dapat menjadi faktor penurunan konsumen luar kota karena tidak adanya akses pembelian produk melalui internet.

Karena semakin marak nya belanja online di kalangan masyarakat indonesia maka Blado Snack harus meningkatkan penjualan melalui pemasaran dengan media sosial. Media sosial yang banyak diakses saat ini adalah Tiktok. Menurut Laporan Firma riset Statista, Jumlah pengguna Tiktok di indonesia tercatat sebanyak 113 juta per April 2023. Jumlah ini menempati peringkat kedua setelah Amerika Serikat yang memiliki jumlah pengguna yaitu 117 juta orang. Berikut merupakan data unduhan tertinggi aplikasi di tahun 2021 :

Gambar 1.2

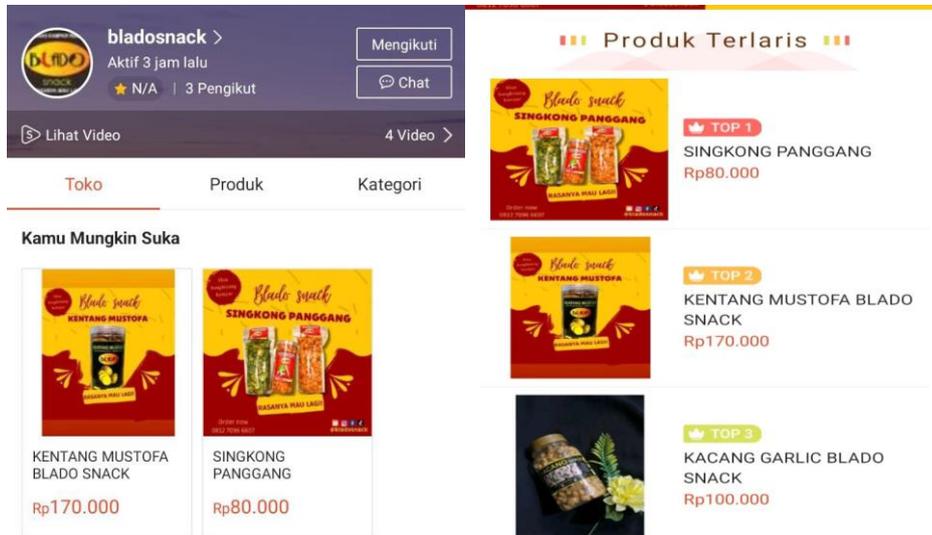
Data unduhan aplikasi tertinggi pada tahun 2021



Sumber : www.jabar.waspada.co.id

Selain platform Tiktok, Blado snack juga mengelola sosial media lainnya seperti Shopee, Facebook, dan Instagram seperti pada gambar berikut ini :

Gambar 1.3
Profil akun Shopee Blado Snack



Sumber : Akun Shopee @bladosnack (2023)

Gambar 1.4
Profil akun Instagram Blado Snack



Sumber : Akun Instagram @bladosnack (2023)

Gambar 1.5

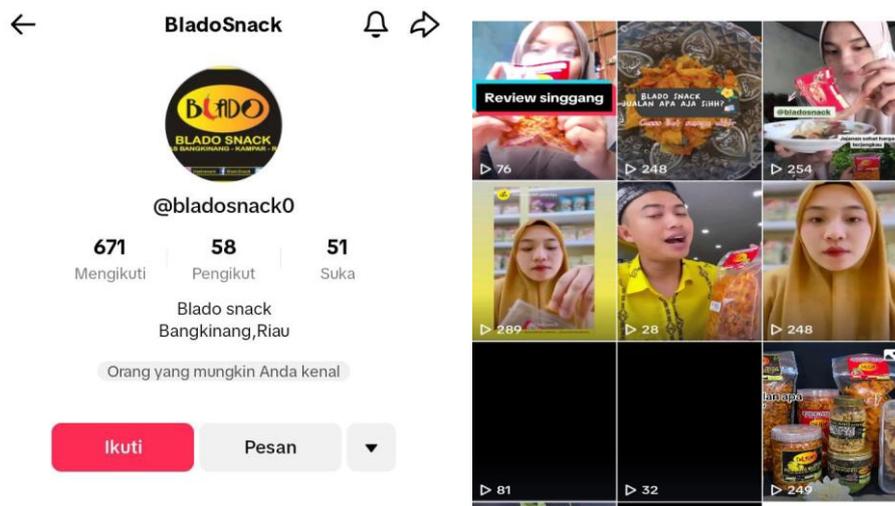
Profil akun Facebook Blado Snack



Sumber : Akun Facebook @bladosnack (2023)

Gambar 1.6

Profil akun Tiktok Blado Snack



Sumber : Akun Tiktok @bladosnack0 (2023)

Banyaknya masyarakat Indonesia terutama masyarakat Riau yang sudah banyak menggunakan internet menjadikan pangsa pasar yang menjanjikan untuk manajemen mempromosikan produknya / usahanya dengan menggunakan media sosial terutama platform tiktok. Dengan ini penulis tertarik untuk menulis tentang **“ Pengelolaan Sosial Media Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Blado Snack”**

B. Tujuan

Terkait dengan fokus pembahasan, Tujuan Praktik Kerja Lapangan di Blado Snack yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk menganalisis karakteristik responden dan media sosial konsumen Blado Snack sebagai studi komperatif antara ilmu dengan Praktek di lapangan.
2. Untuk mengembangkan wawasan dan menambah pengetahuan penulis khususnya dalam pengelolaan sosial media pada usaha Blado Snack.
3. Menganalisis sejauh mana efektivitas media sosial serta faktor apa saja yang memengaruhi peningkatan penjualan pada usaha Blado Snack.

C. Sasaran

Untuk merealisasikan dan mencapai tujuan tersebut, maka penulis melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dan mengumpulkan data serta informasi yang diperlukan dari Divisi Marketing Blado Snack di bagian terkait yang ada hubungannya dengan penulisan kertas kerja ini.

D. Batasan

Penulis membatasi laporan kertas kerja ini pada ruang lingkup pengelolaan sosial media pada platform Tiktok, Shopee, Instagram dan Facebook untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar Blado Snack.

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

Blado Snack terletak di Jl Al Furqon perum VBI Bangkinang Blok G4, kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Usaha ini dimulai sekitar tahun 2015 dengan memproduksi keripik kentang balado yang dijual dengan cara dititipkan di kedai-kedai, kafe dan toko di kota bangkinang. Melihat potensi daerah Kampar sebagai lumbung ikan terutama patin, maka Blado membuat produk inovasi dengan memproduksi stik ikan patin, peyek patin serta ikan salai siap saji.

Selanjutnya pemasaran produk keripik kentang balado dan singkong panggang diperluas dengan mengisi beberapa gerai oleh-oleh di Danau Binkuang dan Kuok. Pada akhir tahun 2020, Blado melakukan perubahan bentuk dan kemasan keripik kentang belado menjadi kentang mustofa untuk dipasarkan di beberapa gerai oleh-oleh di Pekanbaru, Bangkinang dan Duri. Sampai saat ini pemasaran terbesar aneka produk Blado Snack adalah di Pekanbaru.

Blado snack sendiri berpeluang besar dalam menyaingi kompetitor. Hal ini dikarenakan produk yang dihasilkan memiliki keunikan dan kelebihan tersendiri dibanding kompetitor lainnya. Contohnya, ikan salai podoh yang diolah menjadi snack kering siap santap sehingga para konsumen mudah dalam mengkonsumsinya, dan ini merupakan inovasi dalam pengolahan bahan mentah tersendiri.

Saat ini Blado snack masih tergolong usaha kecil yang mana jumlah karyawannya 8 orang, menurut golongan atau macam industri berdasarkan besar

kecilnya modal termasuk industri padat karya yaitu industri yang lebih dititik beratkan pada sejumlah tenaga kerja atau pekerja dalam pembangunan dan serta pengoperasiannya. Untuk konsumen sendiri, Blado snack sudah memiliki pelanggan tetap terutama di wilayah Bangkinang. Produknya juga sudah ada di gerai-gerai besar seperti Rumah kue Viera Oleh-oleh, Zhie Chocolate, Araya cake, Klinik Selera Bangkinang dan beberapa gerai kecil lainnya.

Prospek usahanya sangat bagus bahkan sangat memiliki peluang berkembang pesat dalam usaha makanan ringan. Dengan adanya blado snack juga juga membantu perekonomian masyarakat, terutama ibu rumah tangga yang ingin memiliki penghasilan tambahan untuk mencukupi kebutuhan ekonomi. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan perkapita negara.

Awal mula usaha didirikan masih menggunakan alat yang sangat sederhana sekitar 2-3 tahun, namun sedikit demi sedikit usaha ini semakin berkembang dengan sudah menggunakan alat yang canggih seperti alat pengering kentang mustofa. Sehingga kesimpulannya usaha ini cukup menjanjikan.

Visi Blado Snack menjadi oleh-oleh khas Kampar kebanggaan Riau yang dikenal dan diminati secara nasional pada tahun 2024. Adapun Misi Blado Snack adalah:

1. Memproduksi snack khas sesuai potensi sumber daya alam daerah Kampar.
2. Memproduksi snack sesuai dengan standar kesehatan dan regulasi pemerintah.
3. Melakukan tata kelola manajemen dan keuangan yang baik sesuai standar yang berlaku.
4. Meningkatkan mutu produk dengan peningkatan kualitas peralatan produksi

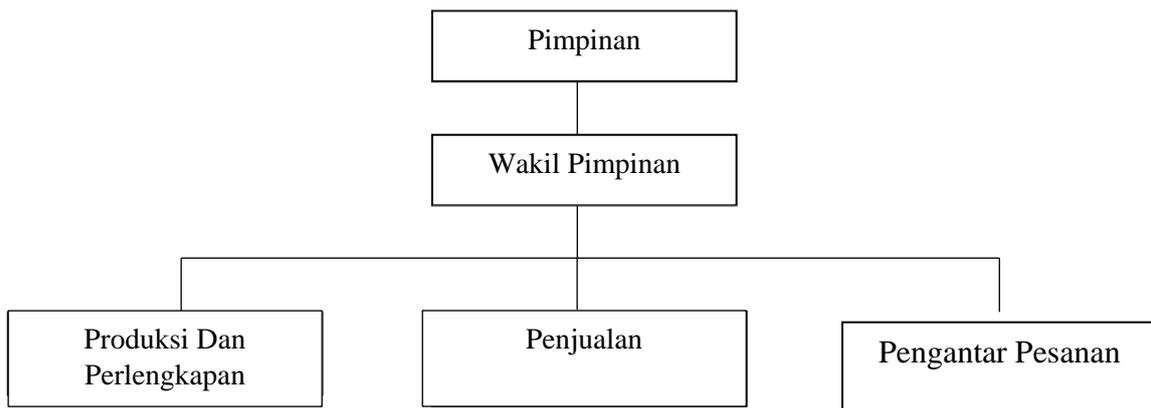
dan sumber daya manusia.

B. Struktur Organisasi

Didalam struktur organisasi perusahaan baik secara vertikal maupun horizontal pimpinan dan bawahan secara bersama-sama menjalankan usaha untuk mencapai tujuan perusahaan . Struktur organisasi dari Blado Snack dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Gambar 2.1

Stuktur Organisasi Blado Snack



Sumber : Blado Snack 2023

Tanggung jawab dan Wewenang setiap jabatan yaitu sebagai berikut :

1. Pimpinan

Suatu organisasi akan berhasil atau gagal sebagian besar ditentukan oleh kepemimpinan. Pemimpinlah yang bertanggungjawab atas pelaksanaan suatu pekerjaan. Secara umum tugas pokok pemimpin antara lain:

- a. Melaksanakan fungsi manajerial, yaitu berupa kegiatan pokok meliputi :
Penyusunan Rencana, Penyusunan Organisasi Pengarahan, Organisasi Pengendalian Penilaian, Pelaporan.
- b. Mendorong (memotivasi) bawahan untuk dapat bekerja dengan giat dan tekun.
- c. Membina bawahan agar dapat memikul tanggung jawab masing-masing secara baik.
- d. Membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien.

2. Wakil Pimpinan

Tugas wakil pimpinan adalah sebagai pengganti posisi pimpinan dalam pengawasan proses produksi dan pengepakan, penjualan dan pengantar pesan.

3. Produksi dan Pengepakan

Tugas bagian produksi adalah antara lain:

- a. Menjalankan proses produksi
- b. Bertanggung jawab dalam masalah bahan baku dan barang produksi
- c. Menjaga kebersihan tempat produksi
- d. Mencatat jumlah produksi Blado Snack setiap harinya
- e. Membuat takaran bahan baku sebelum memproduksi Blado Snack
- f. Berkoordinasi dengan bagian lainnya jika ada yang dibutuhkan

Tugas bagian pengepakan adalah menangani produk jadi mulai dari sortasi produk, mengemas, penyimpanan. Bagian ini juga bertanggung-jawab atas pengawasan mutu produk akhir sebelum dikirim atau dipasarkan ke konsumen.

4. Penjualan (Pemasaran)

Bagian marketing berperan sebagai pengarah program pemasaran produksi kepada konsumen, dengan system marketing hasil produksi akan berjalan. Tugas bagian pemasaran antara lain:

- a. Merencanakan dan menetapkan harga produk sesuai dengan harga yang ada dipasaran
- b. Merencanakan dan menetapkan sistem pemasaran produk Blado Snack
- c. Menerima pesanan online dan offline Blado Snack
- d. Melayani konsumen yang ingin membeli produk
- e. Memantau ketersediaan produk yang masih tersedia
- f. Memastikan produk yang dipasarkan tidak rusak

5. Pemasaran dan Pengantar Pesanan

Pemasaran bertugas untuk memasarkan ke pelanggan. Pengantar Pesanan bertugas mengantar produk hingga sampai ke tangan konsumen serta bertanggung-jawab atas kelancaran proses tersebut. Sistem organisasi yang ada di Blado Snack tidak bersifat tetap. Artinya bahwa masing-masing bagian atau jabatan tidak selalu pada satu jabatan saja, melainkan para karyawan harus mampu bertanggung-jawab dan dapat mebagi tugas pada masing-masing pekerja atau karyawan lainnya.

C. Aktivitas perusahaan

Produksi Makanan ringan di usaha produksi Blado Snack adalah sebuah usaha keluarga yang bergerak dibidang fokus makanan yaitu pembuatan snack kering . Aktifitas perusahaan yang ada di Blado Snack dapat diuraikan seperti dibawah ini:

1. Cara Perekrutan Karyawan

Perekrutan Karyawan dilakukan oleh pemilik usaha dengan cara menawarkan kepada orang terdekat yang membutuhkan pekerjaan dengan karakteristik yang dinilai langsung oleh pemilik tentang bagaimana sifat dan kepribadian orang yang akan direkrut.

2. Sistem Penggajian

Sistem penggajian pada usaha Blado Snack dilakukan secara bulanan. Dimana karyawan akan menerima upah atau gaji pada awal bulan. Selain itu perusahaan juga memberikan bonus pada saat mendapatkan permintaan pesanan yang banyak. Setiap hari Raya, para karyawan juga mendapatkan THR sebesar gaji yang diterima karyawan.

3. Jam Kerja

Jam kerja atau hari Kerja pada perusahaan Blado Snack yaitu hari senin sampai hari sabtu yang dimulai dari jam 08.00 sampai 17.00 WIB.

4. Hak dan Kewajiban Karyawan

Setiap karyawan yang ada di Blado Snack memiliki hak dan kewajiban. Hak karyawan yaitu menerima upah sesuai dengan jabatan tugas masing-masing dan berhak memakai fasilitas perusahaan yang telah disediakan. Kewajiban seorang karyawan adalah mematuhi seluruh peraturan yang telah diterapkan oleh perusahaan yaitu melakukan proses produksi, bertanggungjawab dalam proses produksi, pengemasan, memberi pelayanan yang baik kepada konsumen yang membeli produk snack yang ada di rumah produksi Blado Snack.

5. Proses Produksi

a. Penyiapan bahan dan alat

Dalam penyiapan bahan ini yaitu menyiapkan semua bahan-bahan dan alat yang digunakan dalam proses produksi. Bahan-bahan yang digunakan antara lain kentang, kacang tanah, bawang merah, bawang putih, air, cabai, penyedap rasa, minyak goreng dan garam. Sedangkan alat-alat yang digunakan adalah mesin pengiris, wajan, mesin pengering, sendok dan lain-lain.

b. Pengolahan bahan

Semua bahan yang digunakan dalam proses produksi ditimbang sesuai dengan takaran masing-masing yang akan dibuat. Setelah itu bahan diolah masing-masing seperti kentang di kupas, dicuci bersih, lalu masuk ke tahap penggorengan.

c. Pengeringan

Kentang atau ikan salai podoh yang sudah di goreng selanjutnya dikeringkan di mesing pengering agar tidak mengandung minyak saat di kemas nantinya.

d. Pencampuran bumbu

Pencampuran yang dimaksud disini adalah mencampur kentang atau singkong panggang dengan bumbu yang telah diolah sebelumnya.

e. Kualitas produk akhir

Dimana untuk mendapatkan produk akhir dengan kualitas yang baik maka perlu dilakukan sortasi terhadap produk yang telah dihasilkan. Tujuannya untuk memisahkan produk yang berkualitas baik dengan produk yang kurang baik. Sortasi produk akhir ini dilakukan oleh bagian pengemasan.

f. Proses pengemasan

Dalam pengemasan harus diperhatikan kondisi produknya seperti hasil

penggorengan yang tidak sempurna, seperti hangus harus di pisahkan dengan produk yang bagus.

g. Persyaratan produk akhir

Persyaratan produk akhir yang dimaksud disini adalah perusahaan menentukan persyaratan mutu produk akhir yang telah dihasilkan, sebelum dipasarkan atau dijual. Pengemasan yang baik dapat dijadikan sarana promosi untuk menarik daya beli konsumen. Dimana kemasan yang digunakan harus diperhatikan baik dalam bentuk, warna, dan bahan kemasan yang menarik.

h. Kegiatan pemasaran

Setelah melewati proses pengemasan dan persyaratan produk akhir maka tahap berikutnya yaitu penjualan atau pemasaran. Dimana produk yang dihasilkan siap dikirim dan pajang di toko. Dalam hal ini produk yang dihasilkan tidak boleh ditumpuk tetapi disusun rapi atau dipajang sesuai dengan label dari masing-masing nama produk.

BAB III

RENCANA, FAKTA DAN ANALISA

A. Rencana

Selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL), penulis fokus pada pemasaran melalui sosial media. Jadi Berikut adalah rencana Blado Snack untuk kedepannya :

1. Dapat menjadikan sosial media sebagai salah satu media pemasaran yang efektif dan dapat lebih meningkatkan profit. Serta dapat memperkenalkan produk Blado Snack sampai tembus ke pasar internasional.
2. Memproduksi snack khas sesuai potensi sumber daya alam daerah Kampar dan sesuai dengan standar kesehatan dan regulasi pemerintah.
3. Melakukan tata kelola manajemen dan keuangan yang baik sesuai standar yang berlaku serta meningkatkan mutu produk dengan peningkatan kualitas peralatan produksi dan sumber daya manusia serta pemasaran produk

Perencanaan adalah sejumlah kegiatan yang ditentukan sebelumnya untuk dilaksanakan pada suatu periode tertentu dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan. Perencanaan menurut Bintoro Tjokroaminoto dalam Husaini Usman (2008:60) adalah proses mempersiapkan kegiatan-kegiatan secara sistematis yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu.

Salah satu ahli marketing yang telah diakui dunia adalah philip kotler, dalam bukunya menyatakan bahwa pemasaran adalah sebuah proses dimana perusahaan

menciptakan nilai bagi pelanggan serta membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dalam upaya menangkap nilai yang diberikan oleh pelanggan.

Proses pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang disusun untuk menginformasikan produk kepada pelanggan atau pasar yang dimiliki, tak hanya pada praktis promosi, namun juga mencakup keseluruhan pemasaran. Mulai dari riset pasar, penyusunan strategi pemasaran, eksekusi penjualan, upaya promosi, melayani pelanggan, hingga *after sales* yang diberikan. Semua ini termasuk dalam satu rangkaian proses pemasaran yang harus disusun secara matang.

B. Fakta

a) Aktivitas Pemasaran

Menurut Basu dan Hani, pengertian pemasaran adalah proses kegiatan perencanaan dalam pengelolaan barang dan jasa, penetapan bandrol harga barang dan jasa tersebut, hingga proses promosi maupun pendistribusiannya, dimana keseluruhan proses pemasaran bertujuan untuk memenuhi kebutuhan maupun memperoleh laba.

Pemasaran merupakan aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran produk perlu diperhatikan agar produk tidak terlalu lama disimpan.

Kegiatan pemasaran di Blado Snack pada awal berdiri hanya dilakukan secara mulut ke mulut, lalu setelah semakin di kenal oleh konsumen dan sering mengikuti event-event dan bazar di acara-acara besar sehingga menambah konsumen baru. Ditahun 2020, blado snack mulai membuat akun sosial media yaitu

instagram dan berkembang pesat sehingga pengikut nya mencapai 1.244 dan kondisi ini dapat mempengaruhi interaksi konsumen di platform sosial media instagram.

Pada September 2023, Blado Snack mulai membuat akun sosial media baru untuk memasarkan produknya dan terjadi peningkatan penjualan. Dalam kurun waktu 1 bulan, dengan membuat konten seperti video tiktok dan video short di Shopee maka terjadi ketertarikan pada konten tersebut dan menciptakan pelanggan baru. Ini berarti sosial media berpengaruh terhadap pemasaran produk di Blado Snack dan dapat meningkatkan penjualan.

Gerai-gerai yang sudah tersedia produk Blado Snack yaitu sudah ada 9 gerai diantara nya :

1. Viera Oleh Oleh
2. Zhie Chocolate
3. Bandara Sultan Syarif Kasim Pekanbaru
4. Gerai Sentra Dan Ekraf Riau
5. Kue Bolu Mak Itam
6. Gerai Graha Pratama Fish
7. Klinik Selera
8. Batobo
9. Pondok-Pondok Lopek Bugih Danau Bingkuang

Semua gerai-gerai ini sudah di isi oleh produk blado snack baru 3 tahun terakhir yaitu dari tahun 2020. Selain gerai-gerai diatas Blado Snack juga meletakkan produk di kedai-kedai kecil di Bangkinang.

b) Harga jual produk

Stabilitas harga jual berbagai produk blado snack untuk saat ini sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah permintaan pasar, ketersediaan

produk, dan kondisi perekonomian masyarakat. Masing-masing produk memiliki harga yang bervariasi yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1

Daftar varian produk dan harga Blado Snack

No	Nama produk	Package	Ukuran (gram)	Harga (Rp)
1	Kentang mustofa	Toples 170g	170	43.500
		Toples 220g	220	56.500
		Standing Pouch	310	68.000
		Grosir/Pouch	1000	170.000
2	Stik patin	Toples 190g	190	31.000
		Toples 270g	270	43.500
		Standing Pouch	330	43.500
		Grosir/Pouch	1000	100.000
3	Singkong panggang	Toples	210	31.000
		Standing Pouch	200	22.500
		Grosir/Pouch	1000	80.000
4	Ikan salai podoh	Toples	100	43.500
		Grosir/Pouch	1000	270.000
5	Peyek patin	Toples	270	25.000
		Pouch	135	20.000
		Grosir/Pouch	1000	100.000
6	Kacang garlic	Toples	150	22.000
		Grosir/Pouch	1000	100.000

Sumber: Blado Snack 2023

Ada juga beberapa produk seperti minuman dan manisan namun belum siap dipasarkan di gerai-gerai karena belum diurus surat izin produk nya. Antara lain yaitu ada Blackcau, Pinaco, lemonat dan manisan buah.

Menurut Darmawan (2004:119) promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang sangat berpengaruh. Betapapun berkualitas suatu produk

bila tidak didukung oleh promosi konsumen tidak akan pernah mengetahui bagaimana produk itu bisa berguna bagi mereka atau tidak. Menurut Assauri (2004:243) bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari unsur-unsur promosi tersebut. Unsur bauran promosi menurut Tjiptono (2008:222) sendiri ada lima yaitu: *advertising, sales promotion, public relation and publicity, personal selling, direct marketing*.

Blado snack pasti mempunyai target tersendiri dan tujuan yang ingin dicapai. Tujuan tersebut tidak hanya untuk jangka pendek melainkan untuk jangka panjang. Untuk mencapai target dan tujuan tersebut, perusahaan menggunakan strategi pemasaran business to business dan diimplementasikan melalui strategi bauran pemasaran yaitu promosi. Secara garis besar, promosi mempunyai tujuan utama yaitu memberitahu, membujuk dan mengingatkan.

c) Jumlah produksi

Blado snack mulai membuat pembukuan pada tahun 2020, pada tahun 2023 jumlah produksi dalam kurun waktu 3 bulan terakhir pada bulan juli-september mencapai 9.333 unit produksi.

Tabel 3.2

Target penjualan dan realisasi pada Bulan Juli – September 2023

No	Tahun	Target penjualan(unit)	Realisasi Penjualan(unit)	Persentase (%)
1	Juli	3.280	2.930	89%
2	Agustus	3.430	3.105	91%
3	September	3.595	3.298	92%

Sumber : *Blado Snack 2023*

Dapat dilihat dari tabel tersebut, bahwa penjualan mengalami peningkatan selama 3 bulan terakhir. Pada bulan September, terjadi peningkatan karena

penggunaan platform sosial media tiktok dan shopee yang dimaksimalkan. Ini berarti kedepannya usaha Blado Snack lebih cerah lagi karena cukup menjanjikan dan memberikan keuntungan yang lumayan besar dan mampu bersaing dengan pengusaha makanan ringan lainnya yang ada di bangkinang kota.

C. Analisa

Manajemen pemasaran yang efektif biasanya mencakup perencanaan, strategi dari seluruh usaha. Manajemen pemasaran dapat terjadi disebuah usaha dalam hubungan dengan pasarnya dan juga untuk mempengaruhi tingkat, jangkauan, waktu dan komposisi permintaan dalam suatu cara sehingga membentuk usaha untuk mencapai sasarannya.

Manajemen Pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller, 2007: 6).

Sedangkan menurut Saladin (2007:3), pengertian manajemen pemasaran adalah "Analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud mencapai tujuan-tujuan usaha"

Proses manajemen Pemasaran terdiri dari analisis peluang-peluang pasar, penelitian dan pemulihan pasar sasaran, pengembangan strategi pasar.

Pada umumnya perusahaan besar mempunyai sistem manajemen yang tertulis yang dijadikan pedoman dalam menjalankan perusahaan tersebut. Walaupun Blado Snack tidak seperti itu, bukan berarti Blado Snack bergerak dengan tanpa wawasan teknik pemasaran, walaupun hanya dengan wawasan pendiri dan pendukung, secara tidak langsung juga telah melakukan kegiatan pemasaran seperti perusahaan besar.

Dalam melakukan pemasaran tentu tidak terlepas dari bauran pemasaran. Seperti yang dikatakan oleh Zeithaml dan Bitner (dalam Hurriyati, 2008:48) bahwa bauran pemasaran adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen.

Unsur-unsur Bauran Pemasaran tersebut adalah :

1. Produk (Product)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.

2. Harga (Price)

Yaitu uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.

3. Promosi (Promotion)

Aktivitas yang mengkomunikasikan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

4. Tempat atau Lokasi (Place)

Termasuk aktivitas perusahaan untuk menyalurkan produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen.

5. Orang (People)

Semua perilaku yang memainkan sebagai penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli. Yang termasuk dalam elemen ini adalah personil perusahaan dan konsumen lain dalam lingkungan jasa.

6. Proses (Process)

Meliputi prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme, kegiatan dan rutinitas dimana suatu produk atau jasa disampaikan kepada pelanggan.

7. Bukti Fisik (Physical Evidence)

Merupakan lingkungan fisik dimana jasa disampaikan, perusahaan jasa dan konsumennya berinteraksi dan setiap komponen yang berwujud memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut.

Maka dengan demikian dapat dilihat bahwa proses manajemen pemasaran akan meningkatkan efisiensi dan efektivitasnya. Jadi dapat dilihat bahwa manajemen pemasaran lebih menekankan dari fungsi penganalisaan perencanaan atau penerapan serta pengawasannya. Untuk membuat suatu rencana, fungsi penganalisaan sangat penting agar rencana yang dibuat dapat lebih matang dan tepat. Dari segi lain, penerapan merupakan kegiatan untuk menjalankan rencana, sedangkan fungsi terakhir dari manajemen adalah pengawasan, yaitu fungsi pengendalian segala macam aktivitas agar tidak terjadi penyimpangan. Jadi fungsi ini untuk adanya penyimpangan yang mungkin terjadi.

Dari kegiatan operasional Blado Snack dapat penulis analisa beberapa kendala, yaitu :

1. Lingkungan Demografi

Besarnya populasi di kabupaten Kampar, mengakibatkan Blado Snack memiliki pangsa pasar yang sangat banyak dan hal ini semakin membawa peluang bagi Blado Snack untuk berkembang yang di dukung oleh semakin bermunculan toko serta supermarket.

2. Lingkungan Teknologi

Perkembangan teknologi yang semakin canggih, menuntut Blado Snack untuk menggunakan peralatan produksi yang modern guna meningkatkan kuantitas produksi untuk memenuhi permintaan.

3. Lingkungan Ekonomi

Kondisi pesaing dan banyak nya pesaing yang sama- sama bergerak di bidang kuliner, maka Blado Snack mencoba mengutamakan kepuasan konsumen dan melayani konsumen dengan sopan dan santun juga menjadi kendala. Dan juga kekhawatiran Blado Snack terhadap pesaing apabila memasang harga di bawah harga penjualan Blado Snack juga karena penjualan dilakukan pada tempat dan waktu yang sama. Kendala berikutnya adalah mengatasi konsumen yang menawar harga yang telah Blado Snack tetapkan, Blado Snack mencoba mengatasinya dengan candaan ringan. Alhamdulillah semua kendala tersebut dapat dijalani dan telah dilalui.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan mengenai pemasaran pada usaha blado snack, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari hasil analisa sebagai berikut :

1. Dalam mempromosikan produk Blado Snack mampu untuk memenuhi permintaan konsumen baik dalam daerah maupun luar daerah. Divisi marketing mampu handle permintaan pesanan yang ada.
2. Dengan mengoptimalkan penggunaan sosial media sebagai media promosi, maka penjualan produk Blado Snack akan meningkat dan dapat menambah konsumen baru.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka Saran yang dapat di berikan oleh penulis untuk usaha Blado Snack yaitu

1. Dalam pemasaran melalui sosial media, Blado Snack dapat lebih mengembangkan lagi melalui konten-konten yang menarik supaya produknya lebih mudah dikenali dan di cari secara online oleh konsumen baru.
2. Blado Snack harus memperluas pemasaran melalui sosial media dengan menambah produk di *e-commerce* lain seperti, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli, dan JD.ID.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Fikardi, A. (2022). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PRODUK KEBAB DURIAN DAENG MAPPAKO KOTA BENGKULU* (Doctoral dissertation, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Handaruwati, I. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 3(1).
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9.
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas penggunaan media sosial sebagai media promosi wisata Umbul Pongok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13-27.

LAMPIRAN

Lampiran 1

**DAFTAR HADIR MAHASISWA PRAKTEK KERJA LAPANGAN (PKL)
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) BANGKINANG
TAHUN 2023/2024**

Pelaksanaan :17 Juli s/d 17 September 2023

Tempat PKL : Blado Snack

No	NAMA MAHASISWA	PERTEMUAN KE																KET		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	A	I	S
1	ELSA JUNITA PUTRI 20100915302214																			
2	NUR ANNISA MULYANI 20100915302269																			
3	NOVIA RAHMA DIANI 20100915302234																			

Bangkinang, Oktober 2023

Pembimbing Perusahaan,

SITI NURJANNAH SIPAYUNG

LAMPIRAN 2**KARTU KENDALI
PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN (PKL)
MAHASISWA STIE BANGKINANG 2023/2024**

Nama Mahasiswa : Novia Rahma Diani
Npm : 20100915302234
Tempat Pkl : Blado Snack
Pembimbing Akademik : Librina Tria Putri.,S.E.MM
Pembimbing Praktek : Siti Nurjannah Sipayung
Focus Pkl : PENGELOLAAN SOSIAL MEDIA UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA BLADO
SNACK

NO	HARI/TANGGAL	AGENDA KEGIATAN	TANDA TANGAN	
			PEMBIMBING PRAKTIK	PEMBIMBING AKADEMIK
1	Senin/24/juli 2023	Pengantaran pkl oleh dosen pembimbing lapangan ke umkm blado snack		
2	Selasa/31/juli 2023	Pengenalan pada divisi pemasaran untuk mengetahui tentang pemasaran sosial media yang sudah dijalani		
3	Rabu/02/Agustus 2023	Pembuatan akun tiktok blado snack dan Pendaftaran tiktok seller center blado snack		
4	Senin/07/Agustus 2023	Pembuatan desain produk blado snack		
5	Jumat/11/Agustus 2023	Pengambilan foto produk dan video produk blado snack		
6	Senin/14/agustus 2023	Pengupload-an keranjang kuning pada aplikasi tiktok shop		

7	Selasa/15/agustus 2023	Pengemasan dan pengiriman order pada tiktok shop blado snack		
8	Senin/21/agustus2023	Live streaming penerapan media sosial tiktok untuk meningkatkan penjualan		
9	Rabu/23/agustus 2023	Live streaming ke 2 blado snack		
10	Kamis/24/agustus 2023	Pembuatan desain untuk sorotan media sosial instagram blado snack		
11	Senin/28/agustus 2023	Pengupload-an desain pada instagram		
12	Jumat/01/September 2023	Pengelolaan media sosial facebook pada akun blado snack		
13	Rabu/06/ September 2023	Upload konten tiktok testimoni dari viera oleh oleh pekanbaru		
14	Kamis/07/September 2023	Pengisian kuisisioner tiktok dari BI		
15	Jumat/15/September 2023	Pengemasan orderan dari tiktok shop ke 2 dan pengantaran ke ekspedisi Jnt		
16	Senin/18/September 2023	Penjemputan mahasiswa pkl oleh dosen pembimbing.		

Bangkinang, Oktober 2023

Mengetahui :
Pendamping PKL

Dosen Pembimbing

SITI NURJANNAH SIPAYUNG

LIBRINA TRIA PUTRI S.E.,MM

LAMPIRAN



