

KERTAS KERJA
PRAKTEK KERJA LAPANGAN (PKL)
PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PROMOSI KUE
BOLU TRADISIONAL KAK IRA
DI KUOK



DISUSUN OLEH :

Nama : Ramona

Npm :20100915302236

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH ILMU TINGGI BANGKING (STIE)
BANGKINANG
2023

HALAMAN PERSETUJUAN

NAMA :RAMONA
NPM : 2010091530232236
PEMINATAN : MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
JUDUL :PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DALAM PROMOSI KUE BOLU TRADISIONAL
KAK IRA

DISETUJUI OLEH :

Dosen Pembimbing

Pembimbing Pkl

LIBRINA TRIA PUTRI, S.E., M.M

AIN NABILA, S.T

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 penusunan kertas kerja Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang berjudul **“PENGGUNAAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PROMOSI KUE BOLU TRADISONAL KAK IRA DIKUOK”**. Laporan kertas kerja Praktek Kerja Lapangan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas perkuliahan pada STIE Bangkinang. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan kertas kerja Praktek Kerja Lapangan ini masih jauh dari kesempurnaan serta memiliki kekurangan dan kelemahan dari segi penulisan, tata bahasa, dan penyusunannya maupun bentuk ilmiahnya. Untuk itu, penulis menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan kertas kerja Praktek Kerja Lapangan ini.

Dalam menyelesaikan kertas kerja Praktek Kerja Lapangan ini tidak akan berhasil tanpa adanya doa dan pengarahan dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktunya dalam penyusunan Kertas kerja Praktek Kerja Lapangan ini. Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Hj. Kasmawati, SE, M.Ak selaku Pembantu Ketua II Bidang Administrasi Umum dan Keuangan STIE Bangkinang.
2. Bapak Dr. Ir. H. Arman, MM selaku Pembantu Ketua III Bidang Kemahasiswaan STIE Bangkinang sekaligus sebagai Dosen Bapak Ir. H. Nefrizal, MM selaku ketua Yayasan Lembaga Pendidikan Kampar beserta unsur pimpinan
3. Bapak Dr. H. Zulher, MS selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bangkinang.
4. Bapak Ir. H. Zamhir Basem, MM selaku Pembantu Ketua I Bidang Akademik STIE Bangkinang.
5. Pembimbing.
6. Ibu Librina Tria Putri, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Bangkinang
7. Kakak Ain Nabila S.T selaku pemilik usaha pada Kue Bolu Tradisonal Kak ira 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 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.....	1
KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI.....	4
DAFTAR TABEL.....	5
DAFTAR LAMPIRAN.....	6
BAB IPENDAHULUAN.....	7
A. Latar Belakang.....	7
B. Tujuan Penelitian	10
C. Sasaran	10
D. Batasan.....	10
BAB IIPROFIL PERUSAHAAN.....	11
A. Sejarah Produksi Kue Tradisonal Kak Ira	11
B. Struktur Organisasi Produksi Kue Tradisional Kak Ira	12
C. Aktivitas Perusahaan.....	13
BAB IIIRENCANA,FAKTA DAN ANALISA	17
A. RENCANA	17
B. FAKTA	18
C. Analisa	19
BAB VIPENUTUP	26
A. Kesimpulan	26
B. Saran	26
DAFTAR PUSTAKA	27

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Biaya Investasi.....	24
Tabel III. 2 Biaya Produksi.....	24
Tabel III. 3 Biaya Pemasaran.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Hadir.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Kartu Kendali Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Mahasiswa STIE Bangkinang Tahun 2023/2024.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Dokumentasi.....	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini banyak masyarakat yang takut untuk memulai sebuah usaha, hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang belum sadar bahwa pentingnya usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam mengurangiMakanan tradisional adalah wujud budaya berciri kedaerahan, khas, beraneka macam dan jenis yang mencerminkan daerah masing-masing. Makananbukan hanya untuk pemenuhan kebutuhan gizi seseorang. Makanan juga berfungsi untuk mempertahankan hubungan antar manusia, simbol identitas suatu masyarakat tertentu, dan dapat dijual serta dipromosikan untuk menunjang pariwisata yang akan mendukung pendapatan suatu daerahpengangguran dan meningkatkan pendapatan nasional suatu negara, dan memberikan keuntungan bagi diri sendiri, memulai usaha juga dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat sekitar dan pemerintah. Oleh karena itu dengan membuka sebuah usaha dapat memberikan kesempatan bagi masyarakat sekitar yang belum memiliki pekerjaan untuk bekerja, sedangkan keuntungan yang didapat oleh pemerintah dengan adanya suatu usaha mikro yaitu bertambahnya pendapatan nasional bagi negara Dalam kegiatan pemasaran kondisi yang paling sulit adalah mempertahankan konsumen untuk selalu menggunakan produk dari penjual atau sering kita sebut dengan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dibentuk dari suatu strategi pemasaran yang tepat sasaran dalam memasarkan produknya.Media Sosial kini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan kerangka pikiran ideologi dan teknologi dari Web 2.0, dan memungkinkan terbentuknya kreasi pertukaran isi informasi dari pengguna internet. Web 2.0 adalah dasar terbentuknya sosial media (Carlsson, 2010). Contoh media sosial yang berkembang saat ini adalah :twitter, facebook, myspace, youtube, instagram, path, whatsapp, line, dll. Mengingat pentingnya informasi tentang bagaimana penggunaan media sosial bagi UKM dan manfaatnya, maka perlu dilakukan suatu penelitian observasional..Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan adalah teknologi informasi.Perkembangan teknologi informasi saat ini membuat manusia sudah tidak lagi

mempermasalahkan batas jarak, ruang dan waktu. Teknologi informasi melahirkan internet, internet menawarkan banyak manfaat bagi UKM untuk meningkatkan pemasaran produknya. Selain itu juga internet memberikan manfaat meningkatkan kesempatan UKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya. Salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong pemasaran UKM adalah media sosial.

Strategi pemasaran adalah menciptakan kepuasan konsumen dalam arti bauran pemasaran (marketing mix). Media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Media sosial adalah sebuah media online. Media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi satu sama lain, tetapi dalam perkembangannya media sosial juga digunakan dalam pemasaran produk.

Pemasaran produk menggunakan media sosial mampu membantu pemasar dalam menjangkau target pasar yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. Salah satu contoh media sosial yang digunakan sebagai media promosi adalah media sosial Instagram. Instagram pertama kali rilis pada 2010 (Indriani, 2017). Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna dapat menerapkan filter digital, menyertakan caption sesuai yang diinginkan, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.

Saat ini, Instagram adalah media sosial yang memiliki respon paling cepat dan aktif dibandingkan dengan media sosial lainnya (Indriani, 2017). Instagram memiliki beberapa jenis iklan yang dapat digunakan oleh pengusaha dalam mempromosikan produk dan jasa mereka. Jenis iklan yang ditawarkan oleh Instagram adalah iklan cerita, iklan foto, iklan video, iklan carousel, dan iklan koleksi (business.instagram.com, 2019). Iklan cerita adalah konten iklan yang muncul di Instagram stories yang terhubung lebih dari 500 juta akun setiap hari, iklan foto adalah jenis iklan yang sederhana dan menarik yang muncul di timeline Instagram, iklan video adalah iklan berkualitas visual dengan fitur tampilan, suara, dan gerakan pengguna mampu membuat iklan dengan durasi 60 detik untuk satu iklan video di Instagram, dan iklan koleksi adalah gabungan dari beberapa iklan foto dan iklan video yang ditampilkan dalam satu iklan (business.instagram.com, 2019).

Instagram sebagai media sosial paling populer digunakan menjadi pilihan banyak perusahaan atau instansi untuk membangun dan menjaga eksistensinya.

Media sosial Instagram dipilih karena tampilannya yang kekinian dibantu dengan banyaknya fitur yang dapat memaksimalkan promosi atau kampanye suatu ide bagi praktisi humas. Perubahan kebiasaan juga tingginya permintaan akan digitalisasi kegiatan kehumasan ini membuat praktisi humas benar-benar harus memperhatikan langkahnya dalam menggunakan media sosial. Digitalisasi kegiatan kehumasan diantaranya ialah mengunggah konten foto, video hingga infografis. Pekerjaan praktisi humas yang berkaitan dengan mengunggah dan menjadwalkan konten merupakan pekerjaan yang akan tergantikan oleh teknologi big data dan artificial intelligence. Pemilihan alat yang tepat untuk membantu para praktisi humas ini menjadi penting bagi suksesnya aktivitas kehumasan dengan macam-macam pembaharuan teknologi.

Tantangan yang harus dihadapi pada bisnis usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira ini adalah dimana beliau harus mampu mempertahankan usahanya agar tetap eksis dan lebih berkembang di tengah berkembangnya makanan-makanan modern yang lebih diminati oleh konsumen. Selain itu usaha Kue Tradisional Kak Ira ini dapat membuktikan bahwa dirinya sebagai aset yang penting dan perlu dipertimbangkan, sehingga usaha tersebut mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Untuk itu harus menjalankan usaha dengan operasinya secara efektif dan efisien, tidak terkecuali dibidang pemasaran. Kabupaten Kampar ada beberapa usaha kecil, usaha kecil yang ada banyak bergerak dibidang kuliner khususnya makanan tradisional. Salah satu jenis usaha kecil yang ada di Kabupaten Kampar adalah usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira.

Dengan adanya hal tersebut, maka menjadi tugas utama yang harus dilakukan oleh usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira dalam mempertahankan kelangsungan hidup bisnis usahanya dengan menghadapi adanya pesaing khususnya di wilayah Kampar. Hal tersebut berkaitan dengan bisnis yang dijalankan harus secara tepat dan benar, serta seluruh operasinya dapat berjalan secara efektif dan efisien sehingga diperlukan adanya suatu strategi bersaing, tidak terkecuali dalam bidang pemasaran baik secara online maupun off line. Nyata sekarang dengan promosi barang dengan media online lebih efektif memasarkan barang daripada yang off line.

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu, untuk mengetahui penggunaan sosial media khususnya di Instagram dalam memasarkan kue bolu tradisional kak Ira agar usaha kue bolu kak Ira lebih maju dan dapat megimbangi perkembangan zaman khusus nya di bagian pemasaran.

C. Sasaran

Untuk mencapai tujuan tersebut, penulis mencoba mengikuti dan ikut mempromsikan untuk mengetahui penggunaan media sosial instagram dalam promosi kue bolu kak Ira di kuok.

D. Batasan

Dalam menyusun Laporan Praktek Kerja Lapangan(PKL) Ini, Agar tidak menyimpang dari tujuan yang telah di tetapkan penulis membuat batasan permasalahan mengenai pengguna media sosial istagram pada udaha kue bolu kak Ira.

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

A. Sejarah Produksi Kue Tradisional Kak Ira

Produksi kue tradisional kak ira berdiri pada tahun 2005 yang beralamatkan di jalan bukit agung. produksi kue tradisional kak ira dirikan oleh sahira ataudikenal dengan kak ira. Kue tradisional kak ira ini membuat berbagi macam kue salah satunya kue kacang. Produksi kue tradisional kak ira ini telah resmi pada tahun 2007 melalui BPOM dengan nomor LP-POM :05100000700907, kemudian dengan legalitas akta pendirian telah terdaftar di Dinkes, P-IRT No.206140601063. Usaha kue bolu ini sudah dilakukan oleh warga Kuok sejak dulu hanya saja bentuknya masih sama.

Tahap awal Ibu Sahira masih meniru cara pemasaran warga Kuok biasanya, yaitu berjualan di pasar. Setiap hari ke pasar membuat Ibu Sahira berfikir bagaimana mengembangkan usaha, iapun mendatangi setiap kedai dan warung di Kota Kuok dan Bangkinang. Respon yang baik diterima oleh Ibu Sahira saat menitipkan kue bolunya di warung-warung bahkan mini market yang ada di setiar Kota Kuok dan Bangkinang. Usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira terus berkembang. Ia pun mendapat banyak pesanan. Bila semulanya hanya rasa original, pemilik membuat beragam rasa dan bentuk antara lain kue bolu dengan gula merah. Meningkatnya usaha dan banyaknya pesanan maka pemilik memutuskan untuk merekrut karyawan. Usaha makanan tradisional ini sangat mudah untuk berkembang di daerahnya, seperti itu juga Kue Tradisional Kak Ira sudah berkembang di wilayah Kabupaten Kampar. Kue tradisional kak ira Saat ini menjadi pusat oleh-oleh khas Kampar saat ini produksi kue tradisional kak ira dikelola oleh generasi ke-2 yaitu oleh anak-anak kak ira .

Produksi kue tradisional kak ira saat ini berlokasi dan menetap di toko yang berada di depan rumah kak ira. Lokasi ini menjadi rumah produksi sekaligus tempat penjualan produk kue tradisional. Lokasi ini juga merupakan lokasi yang strategis sebagai pusat jajanan dan oleh-oleh khas Kampar karena berada di pinggir jalan lintas pekanbaru – sumatera barat : Ada pun Visi misi dari usaha produksi tradisional kak ira adalah sebagai berikut:

- **Visi**

Produksi kue tradisional kak ira menyediakan produk-produk kue yang berkualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau serta “menjadikan perusahaan kue yang unggul dengan kualitas cita rasa “sehingga menjadi salah satu kuliner unggulan di kenal masyarakat Indonesia .

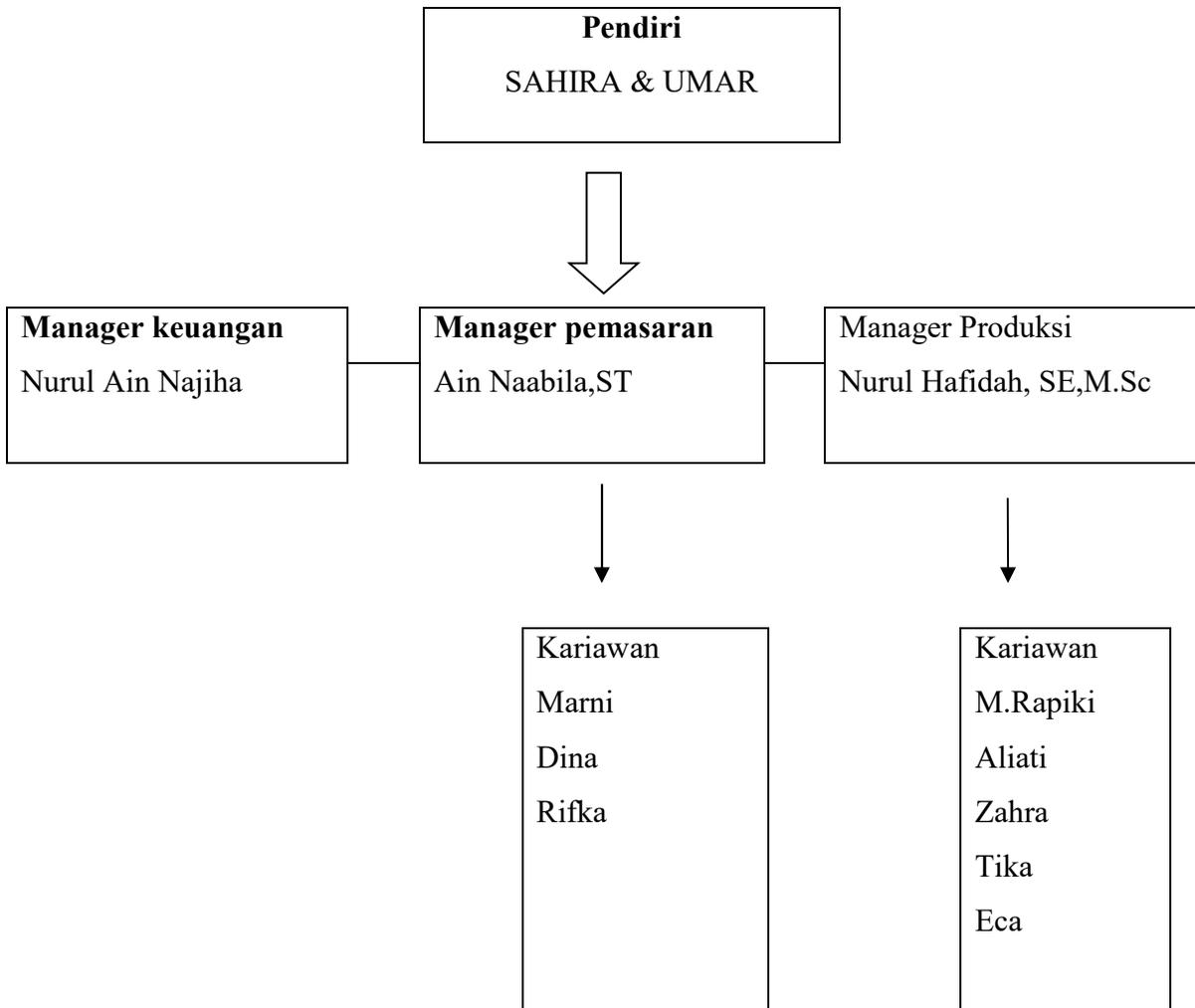
- **Misi:**

1. Menciptakan tenaga kerja yang ahli di bidangnya dan kompeten
2. Menjaga kualitas kue dan terus berinovasi
3. Menjadi perusahaan yang terdepan dibidangnya
4. Dapat membuka cabang di tempat lain 5. Memperluas lapangan kerja untuk

B. Struktur Organisasi Produksi Kue Tradisional Kak Ira

Struktur organisasi merupakan hal penting yang diperhatikan dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas suatu usaha/perusahaan. Jika tidak ada organisasi dan koordinasi yang baik dalam suatu usaha maka akan memberikan hasil yang kurang baik pula dan dapat menimbulkan pertentangan adanya penyimpangan. Pimpinan unit usaha/perusahaan mempunyai tugas mengkoordinir dalam pemberian tugas, struktur organisasi digambarkan dalam bentuk skema atau diagram yang menunjukkan pembagian tugas, wewenang, tanggung jawab serta hubungan dari setiap bagian dengan masing-masing fungsi yang ada dalam organisasi. Sebelum mengetahui lebih lanjut mengenai struktur organisasi pada usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira, menurut Manullang (1997:52), “organisasi merupakan suatu proses penetapan pembagian pekerjaan yang dilakukan pembatasan tugas atau tanggung jawab serta wewenang dan penetapan hubungan antara unsur-unsur organisasi sehingga mungkin orang dapat bekerja sama seefektif mungkin untuk mencapai suatu tujuan”.

Struktur organisasi di produksi kue tradisional kak ira ini sudah ada sejak awal berdirinya usaha di produksi kue tradisional kak ira, hanya saja dibagian manager dan karyawan yang sudah banyak berganti, berikut struktur yang ada saat ini.



C. Aktivitas Perusahaan

Seluruh kegiatan pengelolaan dan pemasaran di usaha Kue Bolu Tradisional Kak IRA, berikut gambaran saat membua dan jenis kue pada Usaha Kue Bolu Kak Ira di kelola dengan baik oleh Ain Nabila, ST selaku manager pemasaran dan Nurul Hafidah, SE, M.Sc selaku manager produksi .

Berikut gambar macam-macam jenis kue yang beseler di udaha kue bolu Tadisonal Kak Ira :



Gambar 1: kue bolu gula merah



Gambar 3:kue bolu gula putih yang berbentuk ikan



Gambar 4: kue bolu gula putih berbentu bunga



Gambar :kuebolu komojo



Gambar 4:Kue cucur/paniaram



Gambar5:keripik pisang



Gambar 6: kue kacang panggang



Gambar 7:kue semprong/sopik

BAB III

RENCANA, FAKTA DAN ANALISA

A. RENCANA

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.

Prajudi Atmosudirjo dalam Husaini Usman (2008:60) juga berpendapat bahwa perencanaan adalah perhitungan dan penentuan tentang sesuatu yang akan dijalankan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, siapa yang melakukan, bilamana, di mana, dan bagaimana cara melakukannya.

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.

Dalam praktek Kerja Lapangan (PKL) ini perencanaan kami dalam pemasaran produk pada usaha kue bolu tradisional Kak Ira ini:

1. Meningkatkan kualitas pemasaran produk Kue Bolu Tradisional Kak IRA dalam mempromosikan dan memasarkan produk khususnya di media online
2. Meningkatkan kualitas produk di mulai dari pengemasan agar dapat didistribusikan ke konsumen baik di dalam daerah maupun di luar daerah Kampar.

B. FAKTA

1. Kelompok usaha

Ketika melakukan Peraktek Kerja Lapangan (PKL) yang menjalankan usaha yaitu Ain Nabila ST sebagai manager pemasaran, dan memiliki kariawan sebanyak 9 Orang yaitu:

1. Marni
2. Rifka
3. Dinda
4. M.Rapiki
5. Aliati
6. Zahra
7. Tika
8. Eca
9. Annisa

Produksi kue tradisional kak ira menerapkan 3S (Salam, sapa, senyum), alhamdulillah sepanjang jalan nya usahakaryawan dan pemilik toko produksikuetradisional kakirainiramah ramah dan berpenampilan menarik. Produksi kue tradisional kak ira ini melayani penjualan secara langsung dan secara online melalui media whatsapp, instagram, dan media lainnya

2. harga jual produk

ada pun nama produk dan daftar harga nya ialah :

Kue bolu gula putih Rp: 10,000/kotak isi 5 dan 10

Kue bolu gula merah Rp:10,000/kotak isi 15

Kue bolu komojo Rp: 15,000/kotak isi 1

Kue cucur/paniaram Rp:10.000/kotak isi 5

Kue semprong/sopik Rp: 25.000/ ½ kg

Kue kacang Rp:20.000/ ¼ kg

Keripik pisang Rp: 20.000 / ½ kg

Dan lain lain

3. hasil produksi

Setiap hari produksi Kue Bolu Kak Ira yang terjual sekitar 300-500/pcs/hari. Usaha Kue Tradisional Kak Ira Kuok memproduksi kue secara terus – menerus (Continuous Process) karena perusahaan memproduksi dalam jumlah yang besar. Perusahaan memproduksi kue setiap hari senin sampai dengan hari minggu dengan jam kerja mulai jam 08:00 pagi sampai dengan jam 22.00 malam.

C. Analisa

Analisa Strategi Pemasaran Produksi Kue Tradisional Kak Ira Di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar

1. Analisa Strategi Produk

Menurut Tjiptono (2008:95), produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas serta daya beli pasar. Produk adalah segala sesuatu yang dapat diberikan kepada seseorang guna memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk tersebut berupa suatu benda, jasa, kegiatan, orang, tempat dan organisasi/gagasan.

Keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, mereknya, kemasannya, garansi dan layanan purna jual. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisis kebutuhan dan keinginan pasar. Pada usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira yang menjadi produk beraneka ragam yaitu bolu ikan, bolu komojo, paniaman dan kue semprong/sopik. Terdapat 4 indikator untuk mengukur tentang dimensi strategi produk menurut pemilik usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira yaitu antara lain: rasa produk yang enak, produk bervariasi, komposisi produk terjamin, dan kemasan produk praktis. Untuk lebih jelasnya mengenai indikator tersebut akan diuraikan di bawah ini:

➤ Indikator Rasa Produk Yang Enak

Usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira merupakan makanan khas

Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. Makanan tradisional ini sangat banyak diminati oleh semua kalangan, baik dari kalangan anak-anak sampai orang dewasa. Usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira memiliki rasa produk yang enak. Pemilik usaha harus mampu menonjolkan variasi rasa produk yaitu produk bolu kering dibuat dengan rasa original dan rasa gula merah yang dapat menarik minat para konsumen.

➤ Indikator Produk Yang Bervariasi

Produk yang diinginkan konsumen tidak cukup hanya memiliki rasa yang enak, akan tetapi produk yang dijual kepada konsumen juga harus memiliki variasi agar dapat menarik pelanggan untuk membeli produk kita. Untuk itu usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira membuat produk yang bervariasi yaitu bolu ikan, bolu komoyo, paniam dan kue sapit. Sehingga dengan variasi produk tersebut, dapat menarik minat konsumen untuk membeli Kue Tradisional Kak Ira.

➤ Indikator Produk Komposisi Terjamin

Komposisi pada produk yang dipasarkan harus terjamin. Konsumen tidak akan membeli suatu produk jika komposisi yang digunakan tidak terjamin. Usaha produksi Kue Tradisional Kak Ira membuat produknya dengan bahan terbaik, berkualitas.

➤ Indikator Kemasan Produk Praktis

Produk yang dijual oleh usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira juga memiliki kemasan produk yang praktis dengan kemasan Produksi Kue Tradisional Kak Ira sangat praktis. Usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira memiliki dua bentuk pengemasan yaitu dengan ukuran kotak mika 1A dan kotak mika berukuran 2A. ini dilakukan untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian Kue Tradisional Kak Ira mudah pada saat membawanya.

2. Analisa Strategi Harga (Price)

Harga merupakan alat ukur yang dinyatakan dalam bentuk uang untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang atau jasa. Harga jual merupakan satu-satunya unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pengambilan keputusan pembelian, sedangkan unsur lainnya menunjukkan biaya. Tujuan penetapan harga produk yaitu untuk mendapatkan laba maksimum, mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada pengambilan keputusan pembelian bersih, mencegah atau mengurangi persaingan dan mempertahankan atau memperbaiki pangsa pasar.

Perusahaan harus bijaksana dalam menetapkan harga suatu barang atau jasa karena variable ini menjadi salah satu penentu bagi permintaan pasarnya. Pada usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar harga yang ditawarkan produsen kepada calon konsumen haruslah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen, karena sebelum konsumen melakukan suatu keputusan pembelian pasti mereka akan mempertimbangkan harga akan suatu produk. Terdapat 3 indikator menurut produsen untuk mengukur tentang dimensi strategi harga pada usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira Di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, yaitu harga produk murah, harga sesuai dengan manfaat, dan harga sesuai kualitas produk. Untuk lebih jelasnya mengenai indikator tersebut akan diuraikan dibawah ini:

➤ Indikator Harga Produk Murah

Suatu produk dengan harga jual yang terjangkau akan menarik perhatian calon konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian. Harga jual dari produksi kue tradisional Kak Ira menetapkan harga yang relative murah dan terjangkau, ini bertujuan agar semua kalangan dapat membeli dan merasakan kue tradisional yang diproduksi oleh usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira. Ini merupakan strategi tepat yang dilakukan oleh produsen untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak sekaligus memenangkan persaingan dengan usaha sejenis. Harga Produksi Kue Tradisional Kak Ira sangat murah. Harga jual yang ditawarkan mulai dari Rp. 10.000,- sampai Rp. 30.000,- sesuai dengan kemasannya. Ini menandakan usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira bisa dijangkau oleh semua kalangan ekonomi.

1. Indikator Harga Sesuai Manfaat

Harga Produksi Kue Tradisional Kak Ira yang diberikan oleh produsen kepada konsumen sesuai dengan manfaatnya. Yang mana manfaat dari Produksi Kue Tradisional Kak Ira adalah sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Kampar selain itu makanan ini juga dijadikan sebagai kawah untuk masyarakat pada umumnya.

2. Indikator Harga Sesuai Kualitas Produk

Suatu produk dikatakan berkualitas apabila memiliki harga yang sesuai dengan kualitas pada produknya. Produksi Kue Tradisional Kak Ira di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar dibuat dari pilihan bahan yang terbaik sehingga makanan yang dihasilkan pun memiliki kualitas yang baik pula, baik dari segi kualitas maupun rasanya.

harga Produksi Kue Tradisional Kak Ira sesuai dengan kualitasnya. Yang mana Produksi Kue Tradisional Kak Ira ini memiliki kualitas yang sangat baik dengan ketahanan produk 3 sampai 4 hari di suhu ruang.

3. Analisis Strategi Tempat (Place)

Saluran distribusi atau tempat merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang memegang peranan penting dalam hal mendistribusikan barang dan jasa serta melancarkan arus barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen. Pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke konsumen akhir tidaklah mudah untuk dilakukan, tanpa adanya saluran distribusi yang memadai. Apalagi untuk dapat menjangkau suatu pasar yang luas, dalam hal ini membutuhkan saluran distribusi yang dapat menyampaikan barang sampai ke tangan konsumen. Terdapat 2 indikator menurut pemilik usaha yang dapat mengukur tentang dimensi strategi tempat pada Usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira, yaitu antara lain: Lokasi dekat jalan raya dan tempat penjualan mudah diakses. Untuk lebih jelasnya mengenai indikator tersebut akan diuraikan di bawah ini.

➤ Indikator Lokasi Dekat Jalan Raya

Tempat penjualan produk dikatakan strategis apabila berada dekat dengan jalan raya dan sekitar lingkungan masyarakat, tujuannya agar mudah diakses dan mudah ditemukan. Selain menyediakan kenyamanan bagi konsumen, Usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira juga mudah ditemukan karena dekat dengan jalan raya.

Karena dengan akses yang mudah didapatkan oleh konsumen merupakan salah satu strategi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen bahwa lokasi penjualan Produksi Kue Tradisional Kak Ira dekat dengan jalan raya dan mudah untuk diakses.

➤ Indikator Tempat Penjualan Mudah Diakses

Tempat penjualan tidak cukup hanya memiliki kebersihan, kenyamanan dan mudah diakses. Tersedianya transportasi disekitar tempat penjualan juga sangat penting agar konsumen bisa dengan mudah dan cepat sampai ke tempat penjualan. Usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira juga terdapat dilokasi yang strategis karena dengan adanya kemudahan transportasi yang bisa dilakukan sehingga akses terhadap usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira sangat mudah dilakukan akses transportasi sangat mudah ditemukan disekitar toko penjualan. Lokasi usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira memiliki tempat yang dekat dengan jalan raya.

4. Analisis Strategi Promosi (Promotion)

Promosi dalam pemasaran bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang tidak dapat diabaikan dalam suatu proses pengambilan keputusan pembelian. Dalam usaha menunjang pengambilan keputusan pembelian suatu produk dan memperkenalkannya kepada orang lain atau konsumen, serta menarik konsumen untuk membeli produk, maka diperlukan suatu usaha untuk mempromosikan produk tersebut. Terdapat 2 indikator menurut pemilik usaha untuk mengukur tentang dimensi strategi promosi Usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, yaitu antara lain: iklan melalui sosial media, dan promosi penjualan produk. Untuk lebih jelasnya mengenai indikator tersebut akan diuraikan di bawah ini.

➤ Indikator Iklan Melalui Sosial Media

Pada saat sekarang ini tidak ada yang belum mengenal media sosial, salah satu media promosi yang efektif adalah melalui sosial media seperti Instagram, Whatsapp, dan Facebook yang disebar (share) kepada seluruh masyarakat atau calon konsumen. Ini bertujuan agar seluruh masyarakat baik dari kalangan anak-anak sampai dewasa dapat mengetahui adanya promosi penjualan Produksi Kue Tradisional Kak Ira.

➤ Indikator Promosi Penjualan Produk

Tujuan dari promosi tentu saja agar produk dikenal dan diminati oleh calon konsumen. Produsen memberikan bonus tambahan bagi pelanggan Usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira dapat menarik minat pelanggan/ konsumen yang sangat sensitif terhadap harga.

5. Analisa biaya

Merupakan suatu kegiatan untuk menganalisa kebutuhan biaya dan biaya yang ditimbulkan dalam suatu proses produksi, biaya-biaya tersebut meliputi: biaya investasi, biaya produksi, biaya pemasaran. Dengan Analisa ini dapat diharapkan mampu membantu perusahaan dalam mengambil keputusan manajemen tentang kegiatan persediaan bahan baku untuk produksi sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian. Hal ini didasarkan pada tujuan utama perusahaan yaitu memperoleh laba (profit).

A. Biaya investasi

**Tabel III. 1
Biaya Investasi**

No	Nama barang	Jumlah barang	Harga /unit (Ro)	Jumlah (RP)
1.	Oven	3	25.000.000	75.000.000
2	Mixser	2	5.000.000	10.000.000
3.	Pemanggan kue semprong/sopik	4	1.000.000	4.000.000
4	Kompur besar	1	500.000	500.000
5	Kompur kecil	2	200.000	200.000
6	Kuali besar menengah	1	300.000	300.000
7	Kuali kecil menengah	2	150.000	150.000
8	DLL	-	-	-
				Total biaya Rp:90.150.000

B. Biaya produksi

**Tabel III. 2
Biaya Produksi**

No	Nama Barang	JumlahBarang	Harga /unit(Rp)	Jmlah(Rp)
1.	Tepung	20-50 kg/hari	14.000/kg	Rp:-+700.000
2.	Minyak	10- 25 kg/hari	32.000/kg	Rp:-+ 800.000
3.	Gula (merah	20-50 kg/hari	14.000/kg	Rp:-+ 700.000
4.	/putih)	30-55 kg/hari	24.000/kg	Rp:-+1.320.000
5.	Telur	5-15 kg/hari	12.000/kg	Rp:-+180.000
6.	Mentega DLL	-	-	-
				Rp:-+ 3.700.000

C. Biaya pemasaran

Tabel III. 3
Biaya Pemasaran

No	Nama barang	Jumlah barang	Harga/unit(Rp)	Jumlah(Rp)
1	Kemasan/kotak	1000 kotak	2.0000/kotk	2.000.0000
2	Kantong plastik	5/bgs	20.000/bgs	100.000
3	DLL	-	-	-
				-+ 2.100.000

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai penggunaan media sosial instagram sebagai promosi di usaha Kue Tradisional Kak ira Di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Kue Tradisional Kak Ira Di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar sudah berjalan dengan baik, ini dapat dilihat dari strategi yang dilakukan yaitu dengan promosi melalui sosial media secara terus menerus.
2. Hasil penelitian dengan jawaban responden terendah berada pada dimensi promotion strategy item pertanyaan nomor 11 yaitu tanggapan responden tentang Usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira melakukan promosi penjualan, dengan rata-rata skor 3,32 yang menunjukkan kategori Cukup Setuju. Artinya, asumsi masyarakat terhadap Usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira dalam hal menentukan strategi pemasaran kue tradisional agar berjalan dengan baik adalah dengan cara memasarkan dengan sosial media juga khususnya di instsgram

B. Saran

Ada banyak sosial media yang bisa digunakan untuk memulai bisnis. Namun, akan lebih baik jika memanfaatkan satu media sosial saja. Memilih media sosial yang dirasakan cocok dan bisa digunakan serta diakses oleh para konsumen yang perlu dilakukan oleh pemilik usaha.

DAFTAR PUSTAKA

http://repository.stiedewantara.ac.id/2840/1/LAPORAN_KULIAH_KERJA_MAGANG_JENDRY-1.pdf

<https://repository.uisi.ac.id/1859/1/KERJA%20PRAKTIK-NOVINDYA%20SHIFA%20SAVIRA%20%283031710026%29.pdf>

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/40339/17321146.pdf?sequence=1>

<https://core.ac.uk/download/pdf/211761392.pdf>

<http://digilib.unila.ac.id/66411/3/TUGAS%20AKHIR%20TANPA%20PEMBAHASAN.pdf>

<http://repository.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2015/B.131.15.0140/B.131.15.0140-15-Fil>

Lampiran 1

DAFTAR HADIR PRAKTEK KERJA LAPANGAN (PKL)

Nama Mahasiswa : **RAMONA**
NPM : **20100915302236**
Program Studi : **MANAJEMEN**
Tempat Praktek : **Kue Tradisional Kak Ira Kuok**
Pembimbing Akademik : **LIBRINA TRIA PUTRI, S.E., M.M**

No	Hari/Tanggal	Paraf	Keterangan
1	Sabtu/29 Juli 2023		
2	Rabu/02 Agustus 2023		
3	Kamis/03 Agustus 2023		
4	Jumat/04 Agustus 2023		
5	Sabtu/05 Agustus 2023		
6	Minggu/06 Agustus 2023		
7	Senin/07 Agustus 2023		
8	Selasa/08 Agustus 2023		
9	Rabu/09 Agustus 2023		
10	Sabtu/28 Agustus 2023		
11	Selasa/12 September 2023		
12	Rabu/13 September 2023		
13	Kamis/14 September 2023		
14	Jumat/15 September 2023		
15	Minggu/17 September 2023		
16	Senin/25 September 2023		

Bangkinang, Oktober 2023

Mengetahui
Pendamping PKL

Dosen Pembimbing

AIN NABILA, S.T

LIBRINA TRIA PUTRI, S.E., M.M

Lampiran 2

Kartu Kendali

Pelaksanaan Peraktek Kerja Lapangan (PKL) Mahasiswa STIE Bangkinang

Tahun akademik 2023/2024

Nama Mahasiswa : **Ramona**
NPM : **20100915302236**
Tampat PKL : **Kuok**
Pemimbing Akademik : **LIBRINA TRIA PURI,S.E,M.M**
Pemimbing Peraktek : **AIN NABILA S.T**
Focus PKL : **Pemasaran Produk**

No	HARI/TANGGAL	Agenda kegiatan	Pembimbing peraktek	Pembimbing Akademik
1	Sabtu/29 Juli 2023	Perkenalan lingkungan usaha kue bolu tardisonal kak ira.ikut membuat kue cucur/paniaram		
2	Rabu/02 Agustus 2023	ikut serta membuat kue cucur/paniaram dan mempromosikan di sosial media		
3	Kamis/03 Agustus 2023	Ikut serta membuat kue bolu semprong dan melayani pelanggan		
4	Jumat/04 Agustus 2023	Ikut serta membuat kue bolu semprong dan melayani pelanggan		
5	Sabtu/05 Agustus 2023	Ikut serta membuat kue mentega dan melayani pelanggan		
6	Minggu/06 Agustus 2023	Ikut serta membuat kue mentega dan melayani pelanggan		
7	Senin/07 Agustus 2023	Ikut serta membantu membuat kue cucur/paniaram dan melayani pelanggan		

8	Selasa/08 Agustus 2023	Ikut serta membantu membuat kue cucur/paniaram dan melayani pelanggan		
9	Rabu/09 Agustus 2023	Ikut serta membuat kue mentega dan melayan pelanggan		
10	Sabtu/28 Agustus 2023	Ikut serta membuat kue kacang dan melayani pelanggan		
11	Selasa/12 September 2023	Ikut serta membuat kue bolu komojopelanggandan melayani pelanggan		
12	Rabu/13 September 2023	Ikut serta membuat kue bolu gula merah dan melayani pelanggan		
13	Kamis/14 September 2023	Ikut seta membungkus kue bolu dan melayani pelanggan		
14	Jumat/15 September 2023	Ikut serta membuat kue bolu gula merah dan melayani pelanggan		
15	Minggu/17 September 2023	Melengkapi dan Pengesahan laporan PKL dari pembimbig pembimbingperusahaan yaitu kakak Ain Nabila ,S.T		
16	Senin/25 September 2023	Penjempuran mahasiswa PKL oleh pembimbing akademik di Usaha Kue Bolu Tradisonal Kak Ira Ikut		

Bangkinang, Oktober 2023

Mengetahui
Pendamping PKL

Dosen Pembimbing

AIN NABILA, S.T

LIBRINA TRIA PUTRI, S.E., M.M

Lampiran 3

DOKUMENTASI

