

LAPORAN HASIL KERJA PRAKTEK
PROMOSI MAKANAN KHAS MAS BEDJO VEGETARIAN DI BANDAR
LAMPUNG MELALUI MEDIA SOCIAL



Disusun oleh :

ERICK

1712110006

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN KERJA PRAKTEK (KP)

**PROMOSI MAKANAN KHAS MAS BEDJO VEGETARIAN DI BANDAR
LAMPUNG MELALUI MEDIA SOCIAL**

Oleh:

Erick 1712110006

Telah memenuhi syarat untuk diterima

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan

Andri Winata, S.E., M.Sc

NIK. 12730212

Suhandi

Ketua Jurusan

Manajemen,

Aswin, S.E., M.M

NIK. 10190605

BIODATA PELAKSANA

1. Identitas

- a. Nama : Erick
- b. Npm : 1712110006
- c. Tempat/Tanggal Lahir : Kuta Bali, 23 Januari 1999
- d. Agama : Buddha
- e. Alamat : Jl. Rasuna Said, Perum Puri Rasuna Said
Kav 25, Gulak – Galik, Teluk Betung
Utara, Bandar Lampung.
- f. Suku : Tionghoa
- g. Kewarganegaraan : Indonesia
- h. E-mail : raoerick164@gmail.com
- i. No. Handphone : 0823 8005 8686

2. Riwayat Pendidikan

- a. Sekolah Dasar : SD Fransiskus 1 Tanjung Karang
- b. Sekolah Menengah Pertama : SMP Fransiskus Bandar Lampung
- c. Sekolah Menengah Atas : PKMI Immanuel Bandar Lampung

Dengan ini saya menyatakan bahwa semua keterangan yang saya sampaikan di atas adalah benar.

Yang Menyatakan
Bandar Lampung, 26 Juli 2020

Erick
NPM. 1712110006

RINGKASAN

Kegiatan kerja praktik ini bertujuan sebagai bentuk pengabdian kepada pihak Katring Mas Bedjo Vegetarian dengan menjalankan kegiatan promosi makanan khas vegetarian di media social. Hasil dari promosi tersebut diharapkan mampu memperkenalkan produk makanan vegetarian di masyarakat Bandar Lampung. Adapun hasil dari kegiatan pengabdian kerja praktik ini adalah melakukan design pemasaran menggunakan media social untuk memperkenalkan, dan menumbuhkan rasa ingin tau tentang makanan vegetarian yang di produksi oleh Mas Bedjo Vegetarian. Selain itu, dengan melakukan promosi makanan vegetarian ini, menambah wawasan masyarakat di Bandar Lampung tentang inovasi dan kreasi dari produk makanan vegetarian itu sendiri. Dengan demikian kegiatan ini dapat bermanfaat untuk Mas Bedjo Vegetarian terhadap nilai jual dan nilai produknya di media social.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan seluruh rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktek yang berjudul “Promosi Makanan khas Mas Bedjo Vegetarian di Bandar Lampung Melalui Media Social”.

Kerja Praktek (KP) merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan guna memenuhi syarat mata kuliah serta mengeluarkan ide kreatif dan membantu instansi atau usahawan dalam menghadapi pandemi COVID-19.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktek ini terutama kepada:

1. Kedua Orang tua dan kakak yang Saya cintai yang banyak memberikan dorongan dan dukungan pada saat mengikuti perkuliahan.
2. Bapak IR. Firmansyah Y. Alfian., MBA.,MSc. selaku Rektor IIB DARMAJAYA.
3. Ibu Aswin, S.E., M.M, selaku Ketua Jurusan Prodi Manajemen IIB DARMAJAYA.
4. Bapak Andri Winata, S.E.,M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta saran-saran yang sangat berharga dalam kegiatan kerja praktek sampai penulisan Laporan Kerja Praktek.

5. Bapak Suhandi selaku pemilik usaha katring Mas Bedjo Vegetarian yang telah memberikan arahan dan bantuan setiap kegiatan yang dilakukan.
6. Semua pihak baik yang secara langsung ataupun tidak langsung yang telah membantu serta menjadi motivasi dalam penyelesaian Laporan Kerja Praktek ini.

Penulis menyadari bahwa Laporan Kerja Praktek ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca, Penulis sangat mengharapkan kritik dan saranya demi kesempurnaan Laporan Kerja Praktek ini.

Bandar Lampung, 26 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BIODATA PELAKSANA	iii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Kerja Program Kerja Praktek	2
1.3 Manfaat dan Tujuan	3
1.3.1 Manfaat	3
1.3.2 Tujuan	3
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	3
1.4.1 Waktu Pelaksanaan	3
1.4.2 Tempat Pelaksanaan.....	3
1.5 Sistematika Penulisan	3

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1	Sejarah Mas Bedjo Vegetarian.....	6
2.2	Visi dan Misi Mas Bedjo Vegetarian.....	6
2.2.1	Visi.....	6
2.2.2	Misi.....	7
2.2	Bidang Usaha.....	7
2.3	Lokasi Perusahaan.....	7
2.4	Lokasi Perusahaan.....	7
2.5	Struktur Organisasi.....	7

BAB III PERMASALAHAN PEEURUSAHAAN

3.1	Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan.....	10
3.1.1	Temuan Masalah.....	10
3.1.2	Perumusan Masalah.....	11
3.1.3	Kerangka Pemecahan Masalah.....	11
3.2	Landasan Teori.....	13
3.2.1	Pengertian Pemasaran.....	13
3.2.2	Pengertian Promosi.....	13
3.3.3	Pengertian Media Social.....	13
3.3	Metode yang Digunakan.....	14

3.4 Rancangan Program yang akan Dibuat	15
--	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	18
4.1.1 Hasil Rancangan Design Promosi	18
4.1.2 Hasil Servis dan Layanan	19
4.1.3 Hasil Inovasi Produk Makanan Vegetarian	20
4.2 Pembahasan	21
4.2.1 Pembahasan Rancangan Design Promosi	21
4.2.2 Pembahasan Servis dan Layanan	23
4.2.3 Pembahasan Inovasi Produk	24

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	27
5.2 Saran	28

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.....	18
Gambar 4.2.....	19
Gambar 4.3.....	20

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makanan vegetarian adalah produk makanan yang terbuat dari bahan-bahan nabati dan tidak mengandung unsur hewani sama sekali. Pada masyarakat umumnya menilai, produk makanan vegetarian ini adalah makanan orang-orang diet, orang lanjut usia, atau orang yang sedang sakit. Mereka menilai makanan vegetarian kurang menarik dan kurang lezat karena pemahaman mereka tentang makanan vegetarian adalah makanan yang terbuat hanya dengan sayuran dan bahan nabati saja.

Pernyataan masyarakat yang seperti diatas sudah menjadi sugesti negative untuk cita rasa makanan vegetarian yang tidak enak karena hanya mengandung sayur-sayuran saja. Prinsip dan penilaian demikian adalah prinsip yang sudah lama. Makanan dan masakan vegetarian zaman sekarang sudah berkembang, berinovasi dan memiliki cita rasa yang enak untuk dikonsumsi.

Masyarakat umum sudah tidak asing lagi dengan mengkonsumsi makanan vegetarian dikarenakan memiliki rasa yang enak dan tidak jauh berbeda dengan makanan yang mengandung hewani/makanan non vegetarian. Masyarakat mulai sadar akan makanan sehat yang menjadi pengaruh pola hidup sehat mereka.

Disaat pandemic covid 19 seperti ini merupakan dampak yang cukup berat untuk kegiatan bisnis makanan vegetarian ini. Untuk kegiatan bisnis kecil

makanan vegetarian ini sangat terasa dikarenakan banyak konsumen yang mengurungkan niat untuk membeli produk makanan vegetarian karena berbagai pendapat. Kebanyakan orang-orang lebih memilih stock makanan yang cepat saji guna persiapan Lockdown dimasa pandemic. Konsumen perkantoran, pekerja swasta, dan berbagai siswa/mahasiswa mulai berkurang dari biasanya dan tidak dapat dicapai sesuai target usaha, dikarenakan lockdown atau ditutupnya akses kegiatan selama masa pandemic.

Walaupun demikian dengan adanya inovasi produk makanan vegetarian dan kekuatan pemasaran di media social, serta servis yang dapat memuaskan pelanggan, menjadi kunci pelaku bisnis makanan vegetarian tetap bertahan di masa pandemic Covid 19 ini.

1.2 Ruang Lingkup Kerja Program KP

Agar pembahasan kerja praktik dapat secara maksimal dan dibahas sesuai dengan objek dan permasalahan yang ada, maka dibuat beberapa ruang lingkup/Batasan kerja praktik. Adapun Batasan kerja praktik yang akan dibahas pada laporan ini adalah :

1. Lokasi kerja praktik yang dilaksanakan ditempat karting Mas Bedjo Vegetarian
2. Waktu kerja praktik yang dilaksanakan pada 20 Juli 2020 s.d 15 Agustus 2020
3. Kerja Praktik ini hanya membahas tentang promosi produk makanan vegetarian di media social yang nantinya akan diketahui Bersama hasil dari promosi dari media social tersebut.

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Adapun tujuan dari kegiatan kerja praktik ini adalah mempersiapkan mahasiswa dalam mengatasi dunia pekerjaan yang akan dijalani kedepannya. Adapula tujuan lain, yaitu mengasah inovasi, kreativitas, serta mengimplementasikan ilmu yang didapat saat perkuliahan di kehidupan sehari-hari.

1.3.2 Manfaat

Manfaat yang didapat dari kegiatan Kerja Praktik ini adalah menambah wawasan mahasiswa terhadap dunia kerja dan dunia bisnis yang selama ini dipelajari diperkuliahan. Selain itu, mahasiswa mendapatkan pelajaran berharga berupa pengalaman bekerja secara nyata ditempat kegiatan kerja praktik itu dilaksanakan.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Tempat pelaksanaan kerja praktik sendiri dilakukan di tempat karting Mas Bedjo Vegetarian yang beralamatkan di Jl Rasuna Said, Komplek Puri Rasuna Said no. 25, Kel. Gulak-Galik, Kec Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung. Pelaksanaan kegiatan Kerja Praktik dimulai pada tanggal 20 Juli s.d 15 Agustus 2020.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara ringkas permasalahan dalam penulisan laporan kerja praktik ini, maka digunakan sistematika penulisan yang bertujuan untuk

mempermudah pembaca menelusuri dan memahami isi dari laporan kerja praktik ini, antara lain sebagai berikut :

a. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah secara umum, ruang lingkup/ batasan kerja praktik yang membatasi masalah, tujuan dan manfaat bagi mahasiswa dan perusahaan selama kegiatan kerja praktik, waktu dan tempat pelaksanaan, dan sistematika penulisan sebagai gambaran secara keseluruhan dari laporan kerja praktik.

a. Bab II Gambaran Umum Perusahaan

Pada bagian ini penulis menjelaskan tentang latar belakang dan sejarah perusahaan yang diteliti. Selain itu, penulis juga menjelaskan tentang visi dan misi perusahaan dan juga memberikan struktur organisasi yang ada pada perusahaan penulis.

b. Bab III Permasalahan Perusahaan

Pada bab III ini penulis akan menjelaskan permasalahan yang terjadi diperusahan. Selain itu, penulis juga melakukan perumusan masalah guna memecahkan permasalahan pemasaran Produk Makanan Vegetarian yang ada didalam perusahaan.

c. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab IV penulis akan menjelaskan hasil dari penelitian kegiatan kerja praktik berdasarkan pengalaman selama mengikuti kegiatan program kerja praktik dan berdasarkan landasan teori yang relevan.

d. Bab V Simpulan dan Saran

Pada bagian ini memuat kesimpulan yang menjelaskan tentang permasalahan yang ada diperusahaan serta berisikan saran-saran yang diperlukan guna memperbaiki kesalahan dalam penelitian agar dapat berjalan baik dalam pengimplementasiannya.

e. Daftar Pustaka

Pada bagian daftar Pustaka, memuat sumber-sumber dan referensi penulis untuk melengkapi penulisan laporan kerja praktik ini.

f. Lampiran

Pada bagian laporan berisikan lampiran-lampiran yang mendukung terkait laporan praktik yang dibuat ini.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Katring Mas Bedjo Vegetarian bertempat di Jl Rasuna Said, Komplek Puri Rasuna Said no 25, Kel Gulak-Galik, Keca. Teluk Betung Utara, kota Bandar Lampung telah berdiri sejak pertengahan tahun 2014. Kegiatan usaha ini tentunya bergerak dibidang kuliner namun berbeda dari kuliner yang lain. Ciri khas dari Mas Bedjo Vegetarian adalah produk makanannya yang tidak mengandung unsur hewani dan segala jenis bawang-bawangan. Selain itu, Mas Bedjo Vegetarian sangat dikenal baik dengan servis jasa pengantaran yang gratis (*Free Delivery Servis*) dengan ketentuan yang diberikan oleh pihak pelaku usaha. Mas Bedjo Vegetarian juga dikenal dengan produk makanan yang unik karena dapat mengolah dan membuat bahan-bahan nabati menyerupai makanan berunsur hewani dan memiliki cita rasa yang tidak kalah dengan makanan pada umumnya.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Visi dari Mas Bedjo Vegetarian adalah “Memperkenalkan Inovasi Produk Makanan Vegetarian”

2.2.1 Misi Perusahaan

Untuk mencapai sebuah visi diatas, usaha karting Mas Bedjo memiliki beberapa misi yang selalu dijalankan dengan baik

- a. Melakukan layanan servis gratis pengantaran kepada konsumen yang membeli dengan ketentuan minimal order, sehingga konsumen tidak sulit dan terbebani perihal biaya pengantaran
- b. Selalu menjaga kualitas produk dengan membeli bahan-bahan baku yang segar sebelum dilakukan produksi.
- c. Memberikan packing atau kemasan yang menarik, bersih, dan rapih sehingga membuat konsumen nyaman dan senang saat membeli produk makanan.

2.3 Bidang Usaha/Kegiatan Usaha

Usaha Katring Mas Bedjo Vegetarian ini bergerak di bidang kuliner, dan dapat dikategorikan sebagai Usaha Kecil.

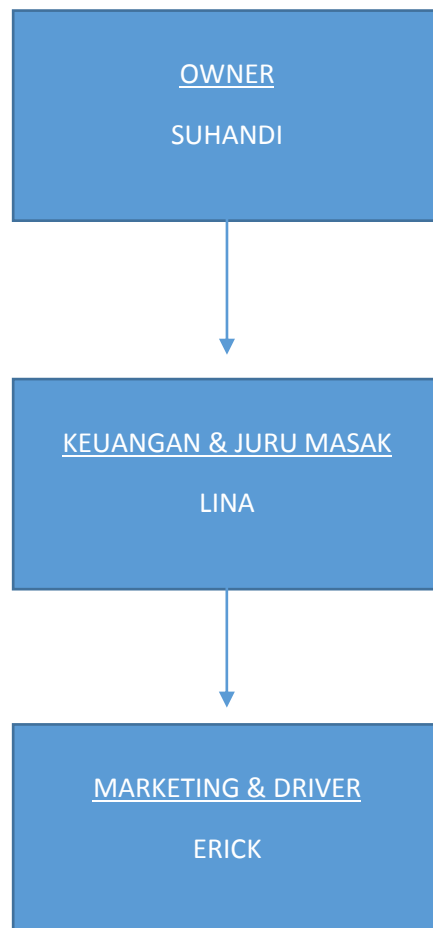
2.4 Lokasi Perusahaan

Lokasi Mas Bedjo Vegetarian bertempat di Jl Rasuna Said, Komplek Puri Rasuna Said no 25, Kel. Gulak-Galik, Kec. Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung. Tempat yang cukup strategis dan tergolong dekat dengan beberapa lokasi lainnya.

2.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi disusun guna pembagian tugas dalam bekerja, agar dapat mencapai tujuan dari suatu perusahaan atau organisasi. Struktur organisasi yang ada pada Katring Mas Bedjo Vegetarian, terdiri

dari 3 orang pelaku kegiatan bisnis yang menjalani kegiatan keseharian bisnis tersebut. Berikut bagan dan fungsi dari kedudukan struktur organisasi :



Tugas Pokok Bagian Struktur Organisasi

Kegiatan usaha makanan Mas Bedjo Vegetarian ini memiliki struktur organisasi dalam melakukan kegiatan usahanya. Selain itu, jabatan yang ada didalam struktur organisasi memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-

masing. Berikut adalah peranan dan tanggung jawab yang ada di struktur organisasi Mas Bedjo Vegetarian :

a. Owner

Owner sekaligus pemilik kegiatan usaha Mas Bedjo Vegetarian berperan mengontrol semua kegiatan bisnis yang ada. Selain itu, peranan owner dalam mengamati dan melihat peluang ditengah persaingan pasar juga sangat penting.

b. Keuangan dan Juru Masak

Pada bagian kedudukan keuangan tentunya bertanggung jawab atas kas keuangan sepenuhnya. Keluar masuknya kas akan disetujui oleh pihak keuangan. Selain itu, bagian keuangan juga merupakan bagian Juru Masak yang tentunya melakukan produksi produk makanan menjadi produk yang bernilai jual. Tugas lain dari juru masak adalah melakukan inovasi masakan dan mempertahankan kualitas makanan atau produk yang sudah banyak disukai konsumen.

c. Marketing & Driver

Marketing tentunya bertugas merancang pemasaran sebaik mungkin sehingga produk yang dipromosikan menarik perhatian pelanggan. Rancangan pemasaran haruslah tepat dan mudah dipahami oleh konsumen. Disisi lain, bagian Driver adalah pekerjaan yang bertugas mengantarkan barang kepada konsumen secara langsung. Kebersihan, kerapihan kemasan, serta ketepatan dan kejujuran menjadi tanggung jawab dan tugas bagian pengantaran. Selain itu, bagian driver juga bertugas membagi rute-rute atau jadwal pengiriman pesanan konsumen yang akan diantar.

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan

Masalah yang terjadi di Mas Bedjo Vegetarian adalah segi design pemasaran, mempertahankan kualitas produk, dan mempertahankan konsumen dimasa pandemic covid 19. Untuk design pemasaran, masih banyak masyarakat yang kurang paham tentang makanan vegetarian. Masyarakat beranggapan bahwa makanan vegetarian tidak seenak makanan pada umumnya. Banyak yang belum mengenal jauh tentang produk makanan vegetarian ini. Selain itu, design pemasaran yang kurang modern menjadi salah satu factor kurangnya pemicu perhatian konsumen sehingga membuat konsumen tidak kenal secara mendalam tentang makanan vegetarian ini.

Mempertahankan kualitas produk tidaklah mudah, sebab tidak sedikit konsumen yang menilai dan membandingkan produk makanan vegetarian dengan produk makanan yang lainnya. Maka dari itu, mempertahankan cita rasa makanan vegetarian perlu dijaga dengan baik guna mempertahankan rasa kepercayaan dari konsumen.

3.1.1 Temuan Masalah

Temuan masalah yang ada di Mas Bedjo Vegetarian sangat beragam. Design pemasaran yang cenderung kurang modern dan

monoton sehingga kurang menarik perhatian pelanggan. Selain itu, di awal tahun 2020 terjadi pandemi covid 19 yang mengakibatkan keterbatasan aktivitas yang berdampak pada penurunan penjualan produk makanan vegetarian. Sistem baru yang mengharuskan kerja dirumah dan belajar dirumah menjadi factor dari dampak penurunan penjualan tersebut, sebab sebagian besar konsumen dari Mas Bedjo Vegetarian berasal dari orang-orang pekerja kantoran dan juga para pelajar.

3.1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan temuan masalah diatas, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Bagaimana memperkenalkan produk makanan vegetarian dari Mas Bedjo Vegetarian?
- b) Bagaimana cara membuat efektifitas dan produktifitas kegiatan usaha Katring Mas Bedjo Vegetarian di masa pandemic covid 19 dan efektifitas konsumen dalam pembelian,?
- c) Bagaimana hasil atau dampak yang terjadi dari promosi produk makanan Katring Mas Bedjo Vegetarian di media social?

3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Untuk memperkenalkan produk makanan khas Mas Bedjo Vegetarian tentunya dengan melakukan promosi di berbagai media. Sudah banyak media social yang dipakai untuk menjadi lahan berbisnis. Dengan hal demikian kegiatan kerja praktik ini

memanfaatkan kekuatan dari media social untuk mempromosikan, dan memperkenalkan makanan vegetarian secara luas. Selain itu, lakukan kerja sama dengan para *endorsement* yang ada di media social, hal ini tentunya akan menambah rasa kepercayaan serta memperluas jaringan tentang pengenalan promosi makanan vegetarian.

Untuk efektifitas dan produktifitas kegiatan usaha tentu akan terasa lebih baik dengan menggunakan media social. Dengan mempromosikan dan memperkenalkan produk makanan di media social serta bekerja sama dengan *endorsement* akan banyak menarik rasa ingin tau disetiap orang. Hal ini akan sangat efektif dan produktif dimana masa pandemic covid 19 tidak dapat secara bebas mengunjungi tempat makan dan tempat-tempat kuliner lainnya.

Hasil atau dampak dari kegiatan promosi makanan Mas Bedjo Vegetarian di media social tentunya sangat positif. Dengan promosi di media social, seperti whatsapp, Instagram, Facebook, dllnya. Serta bekerjasama dengan para *endorsement* di media social akan berpengaruh baik. Akan semakin banyak masyarakat yang tau dan mengenal sisi lain dari produk makanan vegetarian. Dengan promosi perkenalan di media social secara terus-menerus akan berpengaruh terhadap penilaian orang-orang terhadap makanan vegetarian yang menurut mereka makanan yang biasa saja dan tidak menarik, menjadi produk makanan yang baru, yang dapat dikonsumsi dengan rasa yang nikmat dan menyehatkan.

3.2 Landasan Teori

3.2.1 Pengertian dari Pemasaran

Menurut Phillip Kotler, Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses penukaran. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pemasaran adalah proses, cara, perbuatan dalam memasarkan barang dagangan, perihal menyebarluaskan di tengah-tengah masyarakat pada umumnya.

3.2.2 Pengertian dari promosi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Promosi adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan penjualan dengan periklanan, pameran, dan usaha lain yang sifatnya persuasive.

Sedangkan menurut Phillip Kotler & Armstrong (2000) Promosi adalah bagian dari strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar menggunakan komposisi bauran promosi “Promotional Mix”.

3.2.3 Pengertian Media Social

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) mendefinisikan media social adalah sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Media Social ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk social network, forum internet, weblogs, social blog, dll. Menurut Andreas Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media social seperti,

proyek kolaborasi (Wikipedia), blog (twitter), komunitas konten (Youtube), Jaringan social (WA.Instagram,Facebook), Virtual game, dll. Jejaring social seperti ini membuat semua orang terhubung dengan satu sama lain dan dapat berbagi informasi dan komunikasi.

3.3 Metode Yang Digunakan

Berdasarkan permasalahan yang sudah dirumuskan, maka dapat dilakukan beberapa metode untuk digunakan dan mencari solusi dari permasalahan yang ada diperusahaan Katring Mas Bedjo Vegetarian. Beberapa metode tersebut adalah

1. Melakukan promosi di media social

Dengan melakukan promosi di media social produk makanan vegetarian akan banyak dikenal diberbagai kalangan. Peranan media social di era teknologi adalah solusi terbaik, sebab banyak sekali orang-orang yang bermain media social untuk mencari-cari hal yang baru dan kebutuhan pokoknya. Dengan hadirnya promosi produk makanan vegetarian di media social akan terasa dan dilihat banyak orang serta orang-orang akan mengenal produk makanan vegetarian yang terdapat di media social.

2. Melakukan pelayanan dan servis untuk pelanggan

Servis dan pelayanan yang baik biasanya disukai setiap pelanggan. Metode ini terbukti baik dan dapat membuat pelanggan puas dengan produk yang kita miliki. Etika komunikasi, kesopanan, serta tanggung jawab menjadi hal prioritas utama untuk melayani konsumen guna kepuasan konsumen nantinya.

3. Melakukan Inovasi Produk Makanan Vegetarian

Makanan Vegetarian yang sudah dinilai banyak orang hanya makanan yang berisikan sayuran dan bahan-bahan nabati cenderung tidak enak saat dikonsumsi. Hal ini dapat ditepisikan dengan cara melakukan inovasi lain dengan membuat produk makanan vegetarian beda dari yang lain. Dengan demikian akan banyak yang konsumen yang tertarik dan ingin mengenal makanan vegetarian lebih dekat lagi.

3.4 Rancangan Program Yang Akan Dibu

Dari beberapa metode yang sudah dibahas pada sub bab 3.3 diatas, maka diperlukan beberapa program untuk menjalankan metode-metode tersebut. Beberapa rancangan program yang dijalankan Mas Bedjo Vegetarian berdasarkan metode diatas adalah sebagai berikut,

1. Mendesign dan merancang promosi serta melakukan foto-foto produk yang menarik untuk dipasarkan dimedia social. Promosi di media social tentunya harus mengikuti perkembangan trend yang sedang berlaku. Dengan design kekinian dan foto-foto produk yang menarik akan membuat orang-orang melihat, dan memberikan rasa penasaran terhadap orang-orang serta menumbuhkan rasa ingin tau dari foto-foto promosi yang ada di media social. Maka dari itu, sangat penting dilakukan pamphlet design pemasaran, serta melakukan suntingan gambar yang menarik guna menumbuhkan rasa penasaran dan rasa ingin tau dari orang-orang.
2. Setelah orang-orang mengetahui produk makanan vegetarian, tidak sedikit juga yang ingin merasakan dan menikmati produk makanan tersebut.

Ketika para konsumen ingin membeli produk makanan vegetarian, hal ini merupakan kesempatan untuk mendapatkan perhatian lebih dari konsumen dengan melakukan servis yang baik. Pelayanan jasa atau servis pelayanan yang dapat membuat konsumen puas adalah melakukan *free delivery order* hal ini tentunya akan menarik perhatian, biaya pengiriman yang gratis akan membuat pelanggan senang, sebab di masa pandemic covid 19 ini banyak orang-orang yang tidak beraktifitas diluar rumah dan bosan dengan masakan rumahan. Selain itu berkomunikasi yang santun di media social agar tidak terjadi kesalah pahaman antara konsumen dan pihak Mas Bedjo Vegetarian. Selain free delivery, dan komunikasi yang baik dan beretika, kemasan pada produk juga termasuk servis dan pelayanan dari Mas Bedjo Vegetarian kepada konsumen. Kemasan yang bersih, rapih, dan hygienist akan menambahkan rasa kepercayaan konsumen kepada produk Mas Bedjo Vegetarian. Selain itu, Mas Bedjo Vegetarian juga melayani pembayaran non tunai, tujuan ini untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan pembayaran secara online.

3. Untuk memperkenalkan produk makanan vegetarian, diperlukan inovasi produk makanan. Ketika banyak persepsi orang tentang makanan vegetarian yang hanya terbuat dari sayur-sayuran dan cenderung monoton seperti masakan seperti biasanya, kini Mas Bedjo Vegetarian melakukan inovasi baru dengan menggunakan bahan-bahan nabati. Inovasi tersebut merupakan menu makanan pada umumnya tetapi tetap menggunakan bahan-bahan baku yang berunsur nabati. Mas Bedjo Vegetarian kini hadir dengan berbagai menu seperti makanan pada umumnya. Contoh menu

Mas Bedjo Vegetarian adalah Pecel Lele, Nasi Padang, Soto, Bakso, dllnya. Makanan tersebut adalah makanan yang biasa dijumpai ditempat makan yang tidak vegetarian, namun itu semua dikemas dan dibuat dalam nuansa Vegetarian dengan bahan baku nabatim tidak mengandung unsur hewani sedikitpun. Hal inovasi ini yang akan diperkenalkan dan merupah pola pikir dari kebanyakan orang-orang tentang makanan vegetarian yang selalu indentik dengan sayuran.

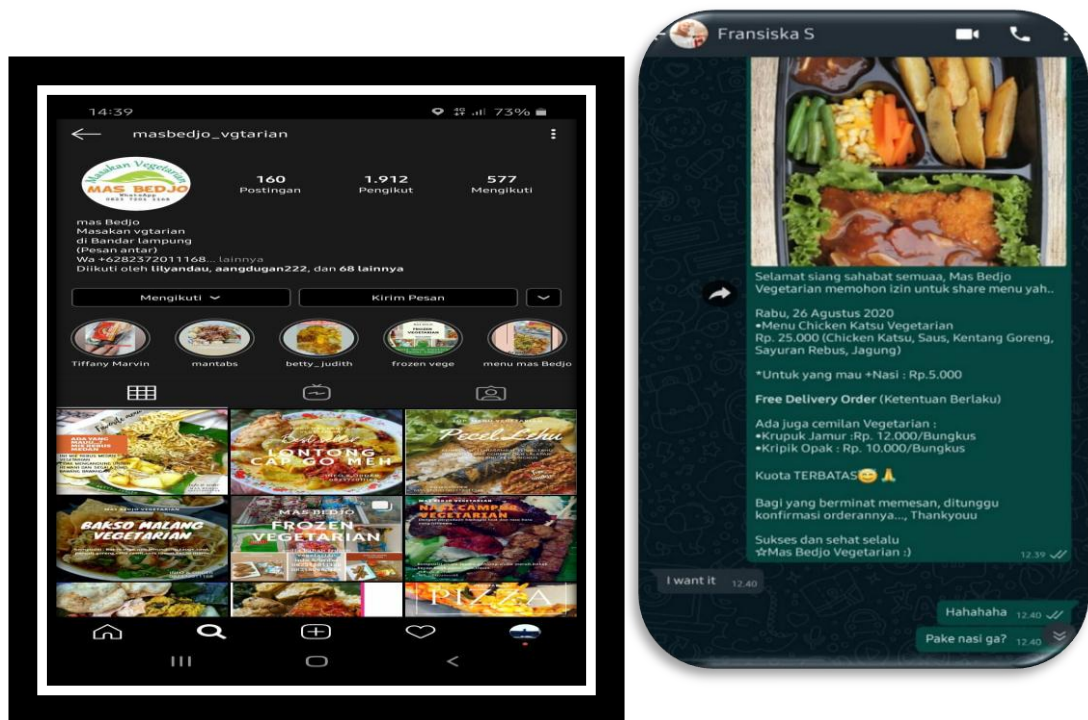
BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Hasil yang didapat dari rancangan program yang dibuat selama kegiatan kerja praktik untuk Katring Mas Bedjo Vegetarian adalah sebagai berikut.

4.1.1 Rancangan Design Promosi dan Foto



Gambar 4.1

Pada gambar diatas adalah bentuk promosi disalah satu media social Mas Bedjo Vegetarian. Melalui media social Instagram, konsumen dapat melihat dan mengenal semua jenis makanan vegetarian yang ada di Mas Bedjo Vegetarian. Hal ini tentunya mendapatkan hasil yang sangat baik. Beberapa konsumen mengenal dan memesan produk makanan vegetarian yang bersumber dari

Instagram ini. Pada foto kedua adalah salah satu konsumen yang meminta informasi terkait menu-menu harian dari Mas Bedjo Vegetarian. Setiap harinya Mas Bedjo Vegetarian melakukan broadcasting atau promosi melalui media social Whatsapp untuk menjangkau seluruh konsumen setia Mas Bedjo Vegetarian yang ada di Bandar Lampung. Orang-orang yang menanyakan makanan dari media Instagram biasanya akan meminta nomor contac Whatsapp untuk meminta informasi terkait menu-menu produk makanan yang dibuat oleh Mas Bedjo Vegetarian. Dengan hal demikian pelanggan Mas Bedjo Vegetarian mengalami penarikan yang sangat baik. Kegiatan promosi makanan vegetarian di media social berjalan tidak sia-sia, sehingga banyak konsumen yang semakin mengenal produk Makanan Vegetarian.

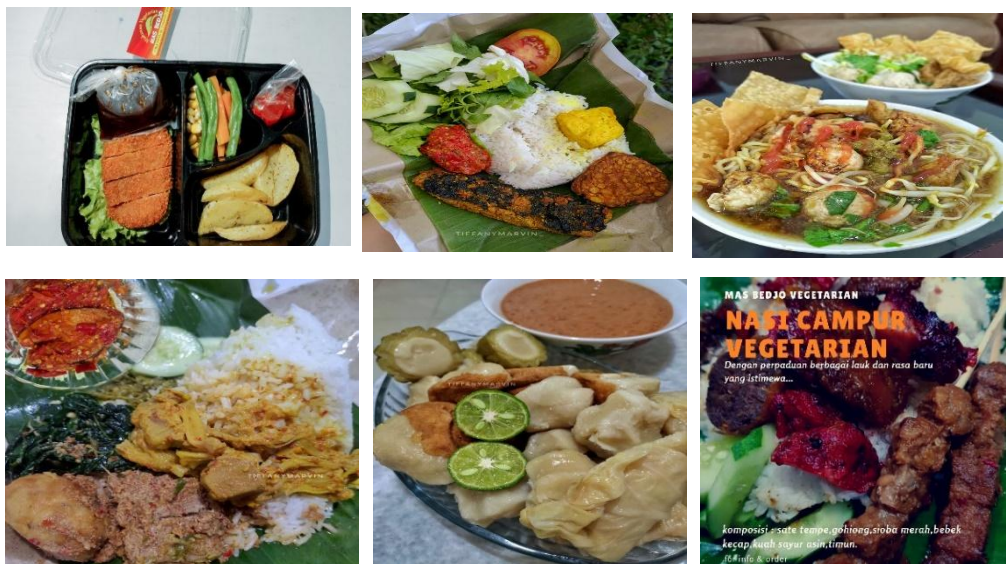
4.1.2 Service dan Layanan Mas Bedjo Vegetarian



Gambar 4.2

Dokumentasi diatas adalah bentuk pelayanan Mas Bedjo Vegetarian kepada konsumen. Pelayanan dan servis dari Mas Bedjo Vegetarian ini terbukti membuat pelanggan puas. Dengan diantarkannya menu pesenan makanan yang di pesan, membuat konsumen tetap aman dan nyaman ditempatnya terlebih di masa pandemi covid saat ini. Mas Bedjo Vegetarian juga melayani permintaan pelanggan yang ingin menjanjikan tempat atau jam tertentu untuk pengantaran ketempat konsumen berada. Ada pula layanan pembayaran non tunai yang memudahkan pembayaran konsumen pada saat melakukan pemesanan produk Mas Bedjo Vegetarian ini.

4.1.3 Inovasi Makanan Vegetarian



Gambar 4.3

Foto dokumentasi diatas merupakan produk inovasi dan kreatif dari makanan vegetarian. Foto yang di promosikan di media social merupakan foto asli dari produk makanan vegetarian yang di produksi oleh Mas Bedjo Vegetarian. Inovasi dan cara ini terbukti memikat perhatian dari orang banyak dan para konsumen. Kebanyakan orang penasaran dengan menu-menu diatas, sebab persepsi mereka menu makanan pada foto diatas sejatinya terbuat dari unsur hewani dan tidak dapat dikategorikan makanan vegetarian. Disini peranan Mas Bedjo Vegetarian melakukan inovasi makanan berhasil. Semua foto produk makanan diatas adalah makanan vegetarian dan tidak mengandung unsur hewani sama sekali dalam proses produksinya. Inovasi ini membuat pelanggan penasaran dan ingin mencoba produk makanan vegetarian yang inovatif dan kreatif ini. Respons dari berbagai konsumen sangat baik terhadap produk makanan Mas Bedjo Vegetarian. Tidak sedikit yang beranggapan bahwa produk makanan vegetarian yang dibuat Mas Bedjo Vegetarian memiliki cita rasa yang menyerupai makanan pada umumnya yang mengandung unsur hewani. Dari dilakukannya inovasi makanan tersebut sudah banyak orang-orang di Bandar Lampung yang mengenal makanan vegetarian tidak hanya sayuran semata, tetapi masih banyak lagi makanan vegetarian yang lebih inovatif dan kreatif seperti menu makanan pada umumnya.

4.2 Pembahasan

Mas Bedjo Vegetarian sudah menjalani beberapa program promosi di media social serta melakukan beberapa program yang telah dibuat pada saat kegiatan kerja praktik ini. Walaupun sudah dijalankan, masih banyak dampak positif dan negative atau kekurangan dari program-program yang dijalani, antarlain

4.2.1 Rancangan Design Promosi dan Foto Produk

Mas Bedjo Vegetarian berhasil menumbuhkan rasa penasaran dan kaingin tauan masyarakat di Bandar Lampung melalui media socialnya. Rancangan design promosi di media Instagram dengan bekerja sama dengan berbagai *endorsement* makanan di Bandar Lampung dapat dikatakan cukup banyak menjaring konsumen-konsumen baru. Namun, dalam melakukan proses rancangan promosi foto produk Mas Bedjo Vegetarian beberapa kali mengalami kendala. Design yang terkadang kurang menarik dimata pelanggan menjadikan kegiatan promosi terabaikan. Selain itu, Mas Bedjo Vegetarian juga tidak memiliki alat photography yang baik sehingga tidak dapat menghasilkan foto produk yang baik. Kendati demikian, masalah tersebut dapat diatasi dengan bekerja sama dengan *endorsement* makanan di Bandar Lampung. Selain melakukan promosi di account media social sendiri, Mas Bedjo Vegetarian bekerja sama dengan beberapa *endorsement* untuk melakukan promosi produk. *Endorsement* tersebut membantu Mas Bedjo Vegetarian dalam promosi makanan dengan cara mengonsumsi (testimoni) produk makanan vegetarian dari Mas Bedjo Vegetarian. Sebelum mengonsumsi produk makanan vegetarian tesrsebut, *endorsement* melakukan pengambilan gambar produk makanan untuk dijadikan media promosi di media social mereka. Dengan demikian design rancangan promosi makanan vegetarian Mas Bedjo sangat beragam dan dapat ditemui di berbagai akun media social. Selain itu, pihak dari Mas Bedjo Vegetarian juga mendapatkan suntingan foto yang layak untuk diposting di media

social untuk di publish dan share, yang merupakan bentuk dari kegiatan promosi itu sendiri.

4.2.2 Servis dan Layanan Mas Bedjo Vegetarian

Servis dan layanan dari Mas Bedjo Vegetarian sangat disukai oleh semua konsumen Mas Bedjo Vegetarian. Layanan dengan bebas biaya pengiriman menjadi daya tarik untuk setiap konsumen. Selain itu, pembayaran yang dapat dilakukan via online juga mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran, terlebih dimasa pandemic covid 19 ini sudah banyak orang-orang yang melakukan jaga jarak dan mengurangi pemegangan uang karena hal tersebut dinilai salah satu cara penyebaran virus tersebut. Servis dan layanan tentunya sangat membantu dan membuat konsumen puas melakukan pembelian makanan di Mas Bedjo Vegetarian. Selain itu, kemasan yang bersih juga menjadi nilai tambah disetiap penilaian konsumen.

Walaupun demikian, servis dan layanan Mas Bedjo Vegetarian ini memiliki beberapa kendala dalam prosesnya. Permasalahan yang selalu muncul adalah jadwal pengantaran pemesanan yang menumpuk dan waktu yang cenderung singkat. Hal ini tentunya sedikit bermasalah pada driver Mas Bedjo Vegetarian yang melakukan pengantaran. Tetapi, dari permasalahan tersebut sudah memiliki solusi yang tepat dengan cara melakukan penjadwalan pengantaran serta melakukan pengantaran yang dimulai dari pukul 9.30 WIB. Lokasi-lokasi yang sedikit jauh dari titik pengantaran akan dikonfirmasi jam pengantaran agar tidak terjadi kesalah pahaman kepada konsumen.

Selain itu, pembayaran via online atau transfer juga menjadi permasalahan. Walaupun sangat membantu konsumen dalam melakukan

pembayaran ada beberapa hal yang menjadi permasalahan untuk kegiatan usaha Mas Bedjo Vegetarian. Tidak sedikit konsumen yang lupa melakukan pembayaran transfer atas pemesanan produk makanan yang sudah dipesan. Hal ini merupakan masalah kecil namun dapat menimbulkan kesalah pahaman antara konsumen dan Mas Bedjo Vegetarian. Untuk mengatasi hal tersebut, pihak Mas Bedjo Vegetarian selalu menginformasikan dengan santun kepada konsumen yang belum melakukan pembayaran secara online atau transfer. Untuk mengurangi kesalah pahaman tersebut, pihak Mas Bedjo Vegetarian sendiri meminta konsumen mengirimkan bukti transaksi pembayaran online atau transfer jika sudah melakukan pembayaran. Dengan solusi demikian masalah terkait pembayaran online atau transfer dapat diatasi dengan baik.

4.2.3 Inovasi Produk Makanan Vegetarian

Inovasi yang produk makanan vegetarian yang dilakukan Mas Bedjo Vegetarian berjalan dengan baik. Dengan melakukan inovasi dari produk makanan vegetarian tersebut, promosi di media social berjalan dengan baik dan berhasil menumbuhkan rasa penasaran dan rasa ingin tau konsumen terhadap produk makanan vegetarian tersebut.

Walaupun berjalan dengan baik, terdapat permasalahan dalam proses melakukan produksi makanan-makanan tersebut. Bahan baku yang terkadang sulit dijumpai dipasar tradisional atau pasar swalayan akan berdampak pembatalan produksi suatu produk makanan vegetarian dari Mas Bedjo Vegetarian. Hal ini biasa disebabkan oleh factor alam yang

mengakibatkan sector pertanian gagal panen dan tidak bisa dilakukan pendistribusian kepasar. Selain itu produk bahan baku yang menyerupai daging yang masih sulit dijumpai di Bandar Lampung. Tetapi, hal tersebut dapat diatasi dengan melakukan pembelian langsung terhadap sumber yang menjual didaerah lain. Permasalahan lainnya adalah tidak semua makanan yang umum dapat dibuat dengan versi makanan vegetariannya, hal tersebut disebabkan tidak adanya bahan baku yang menyerupai atau sulitnya membuat makanan tersebut. Hal tersebut dikarenakan media pembelajaran pembuatan makanan vegetarian yang masih sangat sedikit dan tidak banyak diketahui oleh orang-orang.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari berbagai pembahasan di bab IV terkait promosi makanan vegetarian dari Mas Bedjo Vegetarian dapat disimpulkan bahwa.

- a. Rancangan design promosi di media social sudah berjalan dengan baik, sehingga banyak konsumen paham dan mengerti sisi lain dari makanan vegetarian, selain itu juga meningkatkan penjualan dari Mas Bedjo Vegetarian itu sendiri.
- b. Servis dan Layanan dari Mas Bedjo Vegetarian sudah berjalan dengan baik, pelanggan merasakan kepuasan dari layanan tersebut. Permasalahan terkait pembayaran secara onlinepun dapat diatasi dengan baik dengan solusi yang tepat.
- c. Inovasi makanan vegetarian terkenal sangat unik dan berhasil menarik perhatian pelanggan. Tetapi dengan keterbatasan media pembelajaran dan bahan baku masih sedikit sulit untuk melakukan inovasi-inovasi makanan vegetarian lainnya.

5.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan untuk program yang sudah dijalankan oleh Katring Mas Bedjo Vegetarian adalah:

- a. Rancangan design promosi sudah berjalan dengan baik, akan tetapi perlu ditingkatkan lagi inovasi dalam melakukan promosi di media social yang mengikuti perkembangan zaman.
- b. Untuk servis dan layanan Mas Bedjo Vegetarian sudah berjalan dengan baik, walaupun demikian hal ini harus dipertahankan dan ditingkatkan Kembali dari sisi servis dan layanan agar kepuasan konsumen tetap terjaga.
- c. Inovasi yang tidak mudah dilakukan oleh Mas Bedjo Vegetarian, terkait permasalahan bahan baku yang sulit didapat, dapat diatasi dengan mengganti bahan baku yang serupa atau melakukan substitusi bahan baku yang sama atau mendekati. Untuk media pembelajaran dapat diakses kembali secara dalam tentang inovasi makanan vegetarian dari media social lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Panitia Pelaksana KP 2020. 2020. Buku Panduan Kerja Praktek (KP).

Kotler, Philip. 1997. ***Manajemen Pemasaran***. Jakarta : PT Prenhallindo.

Kaplan, Andreas. Michael Haenlein., (2010), *Users of the world unite The challenges and oppurtunities of Social Media*. Business Horizons. 53(1):59-68

KBBI. 2020. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. (Online)

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/> (Diakses hari Rabu, 26 Agustus 2020, Pukul 19.00).

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/promosi> (Diakses hari Rabu, 26 Agustus 2020, Pukul 19.23).