

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pada era modern seperti pada zaman sekarang ini dan sedang pandemi covid-19, manusia mampu melakukan berbagai kegiatan di rumah tanpa harus keluar rumah dan berpanas-panasan di jalan. Dengan adanya teknologi internet, manusia dapat melakukan banyak hal seperti bersosialisasi, memperoleh berbagai informasi, bahkan berbelanja secara online. Dalam dunia pemasaran saat ini sedang terkenal dengan era *digital marketing* (pemasaran digital). Menurut Dedi Purwana (2017) Pemasaran digital (*digital marketing*) adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan media digital, media sosial atau elektronik dengan melalui internet. Pemasaran digital sebagai sarana dalam menggunakan teknologi digital yang digunakan oleh suatu perusahaan atau produsen dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang lebih efektif. Dengan adanya pemasaran digital pemasar kini tidak lagi terbatas dalam melakukan promosi dengan menggunakan media konvensional, seperti media cetak, tetapi telah memanfaatkan media digital.

Manfaat yang didapatkan dengan pemasaran digital selain bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu, pemasaran digital bersifat langsung (*real time*) sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan *feedback* dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat (Hendriadi et al., 2019). Pemasaran digital ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui teknologi digital dan internet. Pemasaran digital juga salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan dikarenakan saat ini sedang terjadi pandemi covid-19. Dengan *digital marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bisa mengglocal atau mendunia.

Berdasarkan hasil survey kepuasan konsumen terhadap produk *snack* asin Makaroni Boba Wortel menggunakan bauran pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) pada laporan PUJB (Praktik Usaha Jasa Boga) Program Studi Manajemen Industri Jasa Makanan dan Gizi pada tahap 1 yang dilakukan menunjukkan hasil tertinggi yaitu pada aspek *promotion* diantara aspek yang lain. Promosi produk *snack* asin Makaroni Boba Wortel dilakukan melalui sosial media WhatsApp dan Instagram, sehingga mudah dijangkau. Dari hasil tersebut, promosi melalui pemasaran digital dapat dijadikan peluang untuk meningkatkan strategi penjualan produk *snack* asin Makaroni Boba Wortel.

Makaroni Boba Wortel merupakan salah satu modifikasi *snack* asin. Modifikasi resep terdapat pada boba. Bahan utama pembuatan boba menggunakan tepung tapioka dan ditambah menggunakan wortel. Bahan utama *snack* asin Makaroni Boba Wortel menggunakan bahan utama makaroni. Kemudian disajikan dengan topping boba wortel dan parutan keju. Pada umumnya boba sering digunakan untuk topping minuman atau pun pada hidangan dessert, tetapi pada *snack* asin Makaroni Boba Wortel boba dijadikan topping hidangan *snack*

asin. *Snack* asin Makaroni Boba Wortel memiliki kandungan gizi yang baik untuk tubuh.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran umum produk *snack* asin Makaroni Boba Wortel?
2. Bagaimana analisis kandungan energi dan zat gizi yang terdapat pada produk *snack* asin Makaroni Boba Wortel?
3. Bagaimana analisis biaya untuk membuat produk *snack* asin Makaroni Boba Wortel?
4. Bagaimana strategi peningkatan penjualan produk *snack* asin Makaroni Boba Wortel melalui pemasaran digital?

## 1.3 Tujuan

Tujuan umum dari laporan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui strategi peningkatan penjualan produk *snack* asin makaroni boba wortel melalui pemasaran digital. Adapun tujuan khusus dari laporan tugas akhir ini adalah :

1. Mengkaji gambaran umum produk *snack* asin Makaroni Boba Wortel yang baik dan benar
2. Menganalisis kandungan energi dan zat gizi yang terdapat pada produk *snack* asin Makaroni Boba Wortel
3. Menghitung anggaran biaya produk *snack* asin Makaroni Boba Wortel
4. Menganalisis strategi untuk meningkatkan penjualan produk *snack* asin Makaroni Boba Wortel melalui pemasaran digital

## 1.4 Manfaat

1. Manfaat Bagi Mahasiswa
  - a. Mendapatkan pengalaman yang berguna untuk meningkatkan kemampuan kerja khususnya pengembangan produk dan pemasaran digital pada industri jasa makanan
  - b. Sarana untuk menguji Sebagian besar kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang telah diperoleh di jurusan Manajemen Industri Jasa Makanan dan Gizi
2. Manfaat Bagi Instansi atau Pelaku Usaha  
Sebagai rekomendasi untuk strategi peningkatan penjualan melalui pemasaran digital di Perusahaan
3. Manfaat Bagi Masyarakat  
Pemasaran digital dapat dilakukan oleh masyarakat untuk mendapatkan strategi peningkatan penjualan

## 1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pembuatan laporan tugas akhir ini dilaksanakan di rumah yang berada di Jl. Raya Puncak KM 84 No. 850 Kampung Sampay Desa Tugu Selatan, Cisarua-Bogor.