

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI DI PEAK COFFEE

Siti Aisyah, Agus Yanto, Meliesa Chandrawati, Fandion Melsen, Priscilia Mareta

Universitas Internasional Batam

Email: Bellaaisyah123@gmail.com

Abstrak

Peak Coffee adalah salah satu cafe yang berada di area Tiban, Kota Batam. Pada masa pandemi ini banyak hal yang dihadapi untuk bisnis usaha mikro menengah dan masalah yang dihadapi oleh mitra kami, Peak Coffee adalah harga kopi yang dianggap terlalu mahal oleh konsumen, kurangnya kreativitas dalam media promosi, dan omzet yang cenderung stagnan. Metode pelaksanaan yang telah dilakukan meliputi diskusi penentuan mitra, kunjungan ke tempat mitra dan mencari tahu permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra serta memberikan solusi kepada mitra. Solusi yang kami berikan yaitu membuatkan standing banner sebagai media untuk mengedukasi masyarakat akan menu yang dijual di cafe, membuatkan bundling harga dan memberikan sebuah video promosi. Hasil output setelah menerima solusi yang kami berikan adalah para konsumen sudah lebih mengerti akan harga yang ditawarkan oleh mitra ini dan juga disaat sekarang dalam keadaan PPKM maka mitra juga lebih sering melakukan update di media sosial dikarenakan konsumen lebih banyak melakukan pembelian berbasis online.

Abstract

Peak Coffee is one of the Coffee Shop located in the Tiban area, Batam. During this pandemic, there are many problems faced by micro and medium enterprises and the problems faced by our partners, Peak Coffee is the price of coffee that is considered too expensive by consumers, lack of creativity in promotional media, and turnover that tends to stagnate. The implementation methods that have been carried out include discussions on determining partners, visits to partner sites and finding out the problems being faced by partners and providing solutions to partners. The solution we provide is to make a standing banner as a medium to educate the public about the menus sold in cafes, make price bundling and provide a promotional video. The output after receiving the solution that we provide is that consumers are more aware of the prices offered by this partner and also when now in a state of PPKM, partners also update more often on social media because consumers make online-based purchases more.

Keywords: Price, Promotion, Pandemic

PENDAHULUAN

Latar belakang dilakukannya pelaksanaan kegiatan SEPORA (Society Empowerment Program) ini adalah untuk turut ikut serta dalam pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat. Target kegiatan SEPORA kelompok kami adalah salah satu mitra usaha dalam bidang kuliner yang berlokasi di daerah Tiban Kota Batam. Peak Coffee merupakan salah satu cafe yang menjual berbagai macam kopi yang berlokasi di Tiban Global, Blok E No.1, Batu Selicin,

Kecamatan Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Didirikan pada tanggal 23 September 2020 oleh seseorang bernama Rahadian. Dalam kunjungan yang telah kami lakukan ke tempat mitra tersebut, terdapat beberapa kendala yang sedang dihadapi oleh mitra tersebut diantaranya : harga yang ditawarkan oleh cafe ini dipandang lebih mahal daripada harga rata - rata segelas kopi yang ditawarkan di kedai kopi, harga yang kerap dianggap mahal oleh sebagian konsumen dikarenakan oleh beberapa faktor

seperti masyarakat yang belum paham harga retail segelas kopi di sebuah coffee shop yang dimana proses pembuatan dan komposisi yang dipakai berbeda pada kopi secara umum.

Masalah kedua yang dihadapi oleh cafe ini adalah kurang kreatifitas pemasaran yang dilakukan, faktor yang melatarbelakanginya yaitu kurangnya spanduk – spanduk promosi yang dipajang, kemudian dari segi history penjualan juga tidak menunjukkan adanya peningkatan dari waktu ke waktu. Promosi yang dilakukan di media sosial juga dianggap kurang menarik dan tidak melakukan promosi secara berkala serta kurangnya inovasi konten pada beranda media sosial mitra tersebut. Sistem pencatatan kas yang masih kurang teratur juga menjadikan laporan keuangan yang disajikan tidak akurat dan tidak sistematis. Pada saat awal didirikan, cafe ini telah melakukan promosi dengan bundling harga tetapi hasil yang diperoleh tidak mencapai keuntungan yang memuaskan. Tujuan dari hasil kunjungan dalam kegiatan SEPORA ini adalah untuk meningkatkan penjualan dari cafe Peak Coffee dan menjadikan cafe ini agar lebih menarik di mata konsumen melalui promosi di media sosial instagram.

MASALAH

1. Masalah yang dihadapi oleh mitra yaitu harga secangkir kopi yang mendapatkan respon negatif dari beberapa konsumen, karena dianggap harga yang ditawarkan terlalu mahal dibanding kedai kopi pada umumnya. Dikarenakan beberapa konsumen belum memahami harga retail/harga wajar sebuah kopi di Coffee Shop yang komposisi badan dan proses pembuatannya berbeda dengan kopi yang dijual di kedai kopi
2. Peak Coffee belum memanfaatkan kreativitas dalam pemasarannya secara maksimal, sehingga berdampak pada kurangnya spanduk-spanduk promosi.

3. Kurangnya ide - ide dan konsistensi dalam membuat konten pemasaran pada beranda media sosial yang mengakibatkan omzet yang cenderung stagnan sehingga berpotensi tidak bisa menutupi biaya operasional yang di keluarkan
4. Masalah yang menyebabkan omzet pada Peak Coffee cenderung stagnan ialah kurangnya ketelitian dalam pencatatan keuangan seperti pemasukan dan pengeluaran kas.

METODE

1. Metode adalah sebuah cara atau prosedur dalam mencapai tujuan tertentu (Syafnidawaty, 2020) ada spesifik nya adalah cara untuk mencapai tujuan yang di tujukan. Metode yang kami gunakan adalah metode Promosi melalui media sosial dan Dokumentasi. Langkah-langkah yang kami lakukan dalam memanfaatkan promosi media digital di mitra Peak Coffee sebagai berikut :
 - (a) Kami mencari informasi - informasi mengenai mitra yang memenuhi kriteria yang diberikan oleh pihak universitas.
 - (b) Proses penandatanganan surat pernyataan protokol pencegahan Covid-19 kelompok bertujuan untuk menaati protokol kesehatan di lapangan saat melakukan kunjungan kemitra
 - (c) Menghubungi pihak pemilik mitra yang kami pilih dengan kriteria yang sesuai dengan aturan yang di berikan oleh pihak kampus .
 - (d) Melakukan pembicaraan mengenai masalah yang dihadapi di media digital dengan mitra .

- (e) Diskusi mengenai rencana kunjungan ke pihak mitra dengan hari yang sudah ditentukan.
- (f) Diskusi dengan pihak mitra mengenai masalah secara langsung dan solusinya akan dicapai.
- (g) Melakukan pengambilan video untuk editing beserta memfoto daftar harga mitra untuk di jadikan bundling harga
- (h) Diskusi mengenai masalah yang dihadapi mitra dan solusi untuk mengatasi masalah bersama kelompok dan dosen pembimbing.
- (i) Perencanaan pembiayaan proyek untuk mitra dengan cara diskusi bersama kelompok.
- (j) Pembuatan proposal pengajuan proyek mitra peak Coffee ke dosen pembimbing.
- (k) Melakukan pembagian tugas pelaksanaan proyek mitra editing video, mebuat desain standing banner dan bundling harga
- (l) Melakukan kunjungan ke pihak mitra dengan memberikan proyek - proyek yang sudah dilakukan oleh anggota kelompok.
- (m) Dokumentasi penyerahan standing banner ,video, dan bundling harga yang sudah dikerjakan oleh pihak mahasiswa.
- (n) Mengedukasi untuk melakukan postingan ke media digital secara rutin dan baik contoh sehari tiga kali melakukan posting akan bisa membuat customer yang manfollow akan penasaran dengan kegiatan cafe yang ada selama terupdate tentu akan menjadi sebuah pertimbangan bagi customer untuk melakukan kunjungan ke café atau memesannya melalui online, postingan yang baik untuk meningkatkan customer adalah menposting product product yang ada di café maupun kegiatan café akan menarik customer secara cepat yang terpenting untuk melakukan promosi dengan media digital adalah terupdate setiap saat
- (o) Melakukan review kepada pihak mitra mengenai proyek yang sudah di buat apakah membantu

2. Lokasi Waktu dan Durasi Kegiatan

Lokasi mitra terletak di Tiban Global, Blok E No.1, Batu Selicin, Kecamatan Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Tentu membutuhkan kendaraan untuk bisa sampai ke tempat tujuan jadi karena banyak di antara anggota kelompok yang mengenal tempat tersebut dan cara menentukannya adalah dengan jam dan tempat nya adalah langsung ketempat tujuan café mitra

Tanggal kami mengunjungi mitra adalah tanggal 26 juni 2021 jam kumpul adalah jam 7 malam dan durasi kegiatan di sana adalah melalukan wawancara dengan pemilik dengan masalah masalah yang di hadapi oleh café saat ini kegiatan berlangsung kurang lebih 1,5 jam untuk wawancara beserta

melakukan dokumentasi pengambilan video dan sesi foto dengan pemilik café.

Kunjungan kedua adalah bertujuan untuk menyerahkan hasil proyek yang sudah di kerjakan berupa penyerahan standing banner, bundling harga dan video yang kami lakukan pada tanggal 14 juli 2021

PEMBAHASAN

1. Mengedukasi masyarakat mengenai pengetahuan tentang kopi baik dari harga, kualitas, dan rasa. Serta mengedukasi atau memberikan masukan berupa ide ke pemilik cafe untuk mengembangkan usaha dari segi kreativitas pemasaran, dengan mengusulkan beberapa ide dan luaran berupa pembuatan promosi cafe dalam bentuk video, pembuatan standing banner dan penawaran paket pembelian agar dapat menarik perhatian konsumen.
 - a. Dokumentasi bersama pemilik cafe.
 - b. Bukti luaran hasil pembuatan video promosi cafe. https://drive.google.com/file/d/1RXZmaLnzWCniSNpDLid_HKCon5riEys/view?usp=sharing
 - c. Dokumentasi foto penyerahan standing banner ke pihak cafe.
 - d. Bukti luaran hasil bundling harga (Penawaran paket harga)
3. Keunggulan dari luaran yang kami hasilkan adalah dari segi pembuatan video promosi cafe dapat membantu usaha cafe tersebut agar lebih dikenal oleh masyarakat luar. Dari segi luaran paket penawaran harga (bundling harga) sangat membantu pihak pemilik cafe dalam menarik perhatian konsumen dari segi potongan harga yang ditawarkan. Dan keunggulan hasil luaran pencetakan standing banner yaitu media cetak yang digunakan sebagai alat komunikasi untuk mempromosikan sesuatu. Tak luput pula kelemahan dari hasil produk luaran yang kami hasilkan adalah dari segi pemahaman masyarakat terkait bundling harg / penawaran harga banyak yang salah atau belum sepenuhnya mengerti keuntungan jika membeli makanan atau minuman yang ditawarkan dari segi harga sangat menguntungkan bagi para konsumen.
4. Tingkat kesulitan atau permasalahan dalam pelaksanaan kegiatan yang kami alami adalah menentukan target pasar, yang kami lakukan terlebih dahulu adalah melakukan survei pasar atas bisnis cafe. Kami harus mengetahui dan memahami siapa target pasar, berapa usia target, status sosial serta jenis kelamin. Hal ini penting karena berpengaruh pada segala yang dibangun dalam sebuah restoran atau café (Nusantara, 2021). Kami merencanakan dengan pemilik cafe secara matang dan melakukan riset mendalam tentang karakter dan pola hidup pasar di daerah atau kawasan cafe tersebut, seperti contohnya memiliki daftar menu yang tergolong mahal untuk secangkir kopi, tetapi memiliki cafe yang berlokasi di sosial menengah ke bawah, tentu saja, ini akan membuat cafe tersebut kurang ramai atau kurangnya peminat karena harga yang kurang terjangkau. Kemudian masalah yang kami hadapi dalam melakukan implementasi project ini yaitu permasalahan menu. Kami mengedukasi pemilik cafe untuk mulai mempertimbangkan serta menawarkan lebih banyak variasi menu dan menjaga standar kualitasnya. Semakin banyak variasi menu, maka semakin banyak jumlah pengunjung yang datang. Serta permasalahan terakhir yang kami temukan adalah kurangnya pencatatan keuangan dalam usaha

mitra kami, yang menyebabkan tidak stabilnya pencatatan pengeluaran dan pemasukan cafe tersebut alhasil pemilik cafe tersebut tidak mengetahui dana yang telah dikeluarkan menghasilkan keuntungan atau kerugian.

<https://www.jurnal.id/id/blog/masalah-bisnis-restoran/>
Syafnidawaty. (2020). PERBEDAAN METODOLOGI PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN. Retrieved from [https](https://www.jurnal.id/id/blog/masalah-bisnis-restoran/)

SIMPULAN

1. Meningkatnya pemahaman konsumen tentang harga dan kualitas sebuah kopi di coffee shop. Serta berkembangnya kreativitas pemasaran cafe ini, seperti pembuatan video company profile Peak Coffee dan juga penempatan Standing Banner tepat di depan Outlet yang mudah di lihat dan menarik perhatian calon konsumen.
2. Konsumen dapat melihat komposisi yang terkandung di dalam kopi sebelum melakukan pembelian, dan konsumen dengan mudah mengetahui produk apa yang dijual di cafe ini dengan tampilan standing banner di depan cafe.
3. Rekomendasi kegiatan untuk pkm selanjutnya salah satunya adalah penggalangan dana untuk disalurkan kepada orang yang membutuhkan melalui kegiatan wirausaha.
4. Terima kasih kami ucapkan kepada Bapak Robin, S.E., M.M., Ph.D. selaku dosen mata kuliah kewarganegaraan yang sudah membimbing kami hingga saat ini, tidak lupa juga kami ucapkan terima kasih kepada Bapak Rahadian selaku pemilik Peak Coffee yang menjembatani berjalannya projek ini dengan mengizinkan UMKM nya sebagai objek dari projek kewarganegaraan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Nusantara, P. M. S. (2021). Masalah Bisnis Restoran yang Sering Dihadapi Para Pebisnis. Retrieved from