

**PENINGKATAN MANAJEMEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI  
BRANDING USAHA PADA BISNIS ONLINE @ngai.soya**



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**KELAS G**

**PENGABDIAN BIDANG KOMUNIKASI**

**DOSEN: SISCA AULIA S.I.KOM., M.SI.**

**JASON LONARDO 915170139**

**NATASHA OKTALIA 915170075**

**CHRISTIAN WICAKSONO 915170048**

**OWEN 915170088**

**NATHAN SURYANTO 915189201**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**JAKARTA**

**2020**

**BAB I**

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Selama adanya Pandemi Covid-19 memang banyak menyebabkan sejumlah usaha menjadi mendapatkan minim penghasilan. Salah satunya dengan yang terjadi pada brand makanan asal Jakarta yakni Ngai. Soyabeancurd yang terdampak oleh adanya pandemic. Usaha yang sudah berjalan sejak awal tahun ini cukup digemari oleh sejumlah kalangan. Mulai dari tekstur hingga rasa membuat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa menyukai olahan produk tersebut.

Masyarakat juga banyak menekankan untuk membantu bisnis sesama atau muncul tagar #rakyatbanturakyat, dengan ini kita memfokuskan penelitian kita ke bisnis makanan yang bernama ngai.soyabeancurd. Ngai.soyabeancurd adalah makanan yang berupa tahu dari kata beancurd dan dipadukan dengan soya milk yang memiliki berbagai kandungan soya protein dengan kalsium dan garam magnesium. Tetapi dengan jarak waktu yang baru, membuat ngai.soyabeancurd ini memiliki daya minat yang kurang dan minim pelanggan. Maka dari itu kita akan mencari cara untuk menaikkan nama ngai.soyabeancurd agar bisa dikenal dan bagaimana caranya bisa memiliki daya tarik yang lebih dimata masyarakat.

Dengan ini kelompok kami akan mengusulkan beberapa cara untuk membantu ngai.soyabeancurd untuk bisa bersaing di pasar kuliner terutama di lingkup Jakarta atau lingkup mahasiswa itu sendiri. Seperti pihak lain yang selama pandemi ikut berjualan dalam mendapat penghasilan di masa pandemi yang sulit ini dan dengan target pasar yang masyarakat tetap dirumah dalam PSBB yang diperpanjang, promosi melalui media sosial sangat berpengaruh dalam masa sekarang. Kita akan membuat ngai.soyabeancurd secara fokus dalam promosi melalui sosial media baik dalam segi design atau segi cara pemasarannya itu sendiri

Tentunya banyak pihak kompetitor yang sama sama memasarkan makanan atau bidang kuliner, tetapi dengan perubahan design, menggunakan jasa influencer bisa membantu dalam masyarakat lebih mengenal ngai.soyabeancurd sebagai toko makanan yang dikenal. Kemudian kita akan mengusulkan tentang mengadakan promo untuk pembeli misalkan beli 2 dapat 3, ataupun dengan mempromosikan pihak penjual yaitu ngai.soyabeancurd itu sendiri di instagram individu dari pembeli akan mendapat potongan di pembelian selanjutnya.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Bukan rahasia umum jika adanya Pandemi saat ini, segala macam prospek dan bidang usaha mengalami penurunan drastis. Banyak pula pelaku usaha yang beralih profesi. Dalam menjalankan usaha Ngai Bean Soya tersebut, sang pelaku usaha menemui beberapa permasalahan yang ada selama adanya Pandemi. Beberapa diantaranya sebagai berikut.

- 1.2.1 Sulit memperkenalkan produk kepada pembeli, sebab gambaran atau pandangan umum para calon pembeli yang mengira produk tersebut layaknya kembang tahu pada umumnya. Yakni memakai gula merah dan jahe yang dikonsumsi saat hangat.
- 1.2.2 Karena tekstur dari produk yang lembut, maka produk harus dibawa dengan sangat hati-hati. Jika tidak, produk akan mudah hancur dan rusak. Produk juga harus dibawa dengan keadaan dingin atau bertahan selama satu hari diluar kulkas atau pendingin. Produk akan cair dan rusak jika tidak ditaruh di pendingin, karena produk tidak menggunakan bahan pengawet.
- 1.2.3 Adanya pandemic membuat permintaan dan minat akan produk semakin menurun.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian kelompok kami adalah agar *Online Shop @ngai.soya* mendapatkan pembeli sebanyak mungkin. Pemecahan masalah yang kami akan lakukan adalah gerakan mengadakan *event promo* dan *giveaway*. *Online Shop @ngai.soya* sudah berjalan selama 2 tahun lamanya, maka itu kelompok kami ingin mengadakan promo untuk merayakan 2 tahun berjalannya *Online Shop @ngai.soya*. Gerakan ini untuk membuat para pelanggan yang pernah membeli produk *@ngai.soya* membagikan informasi pada orang-orang sekitar mereka tentang promo ini. Informasi ini akan kami bagikan juga kepada calon pembeli lewat sosial media *Instagram*. Kami berencana membuat postingan foto informasi di *@ngai.soya* se menarik mungkin.

Tujuan tersebut akan dilakukan dalam waktu dekat ini agar para pekerja yang sedang *WFH (Work From Home)*, masyarakat yang mengkarantina diri secara sendiri atau berkeluarga dapat menikmati hidangan dari *@ngai.soya* secepat mungkin.

## BAB II

### SOLUSI DAN HASIL LUARAN

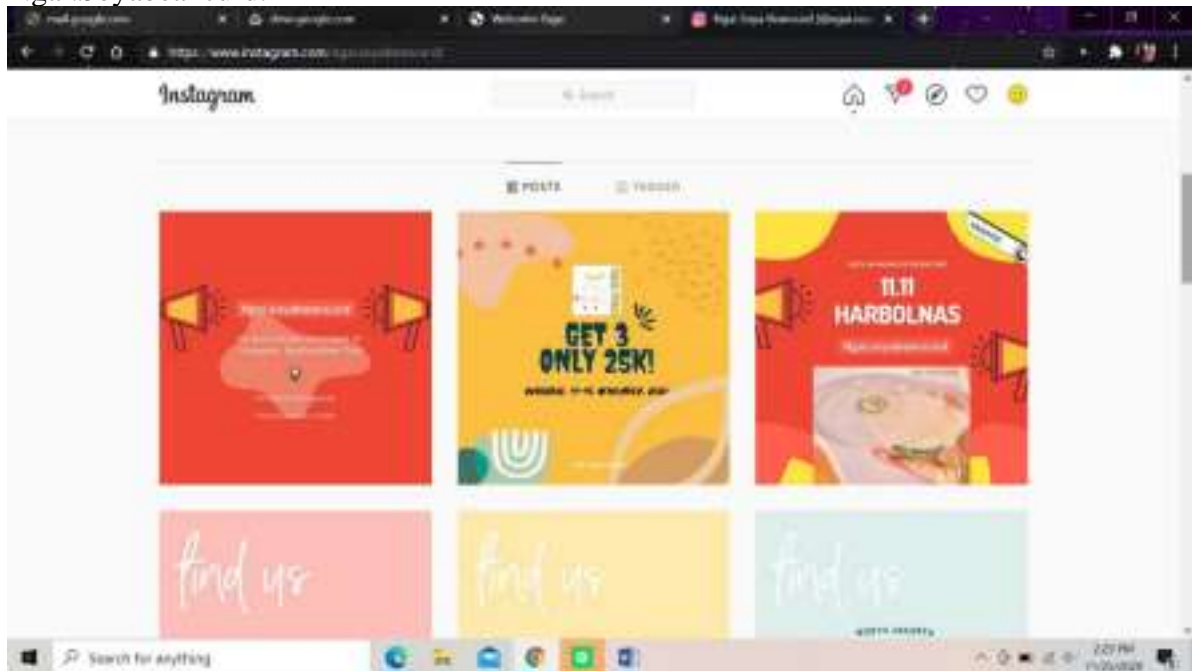
#### 2.1 Solusi

Solusi dari permasalahan yang dihadapi saat ini adalah dengan mengadakan promo dan memperbaiki sistem postingan pada akun Instagram Ngai Soyabeen Curd. Salah satunya dengan mengikuti promosi harga pada perayaan HARBOLNAS (Hari Belanja Online Nasional) yang berhasil dilaksanakan pada tanggal 11 November 2020 hingga 15 November 2020. Dengan cara melakukan discount pada pembelian 3 cup soya menjadi Rp25.000 dari harga sebelumnya yaitu Rp36.000.

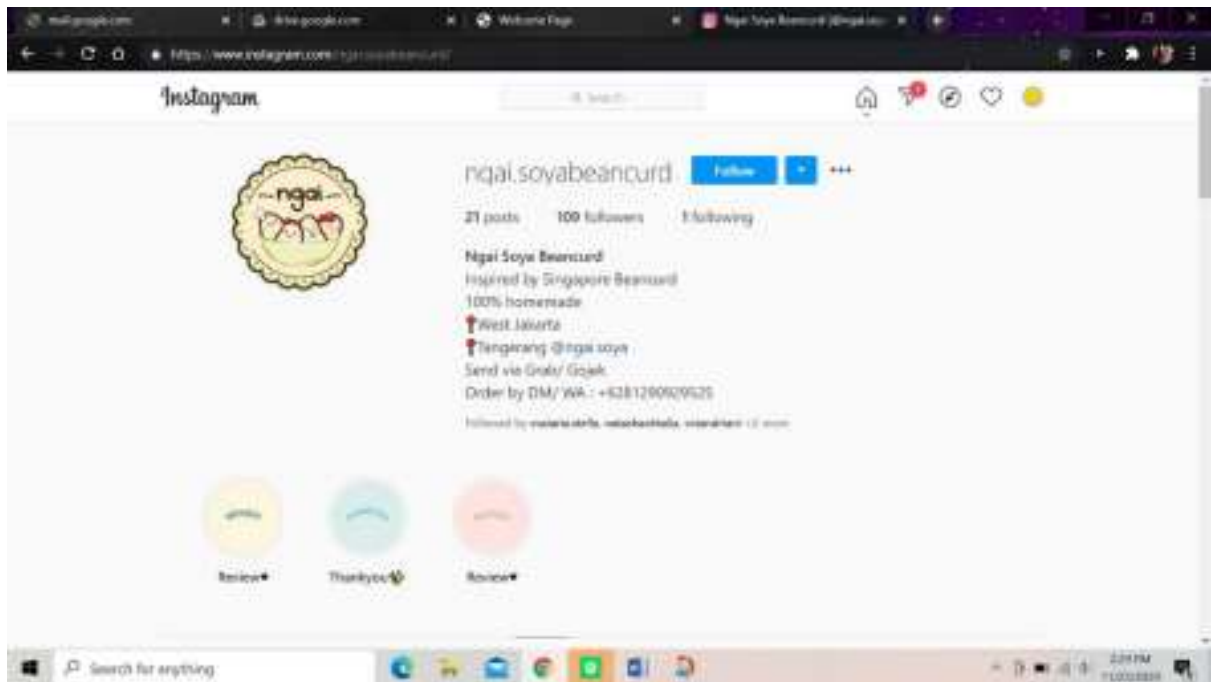
Selain itu, kami juga membuka account e-commerce pada Tokopedia dengan maksud memasarkan produk dengan mengikuti perkembangan zaman dan memanfaatkan wadah yang disediakan. Untuk media sosial yang digunakan yakni Instagram dengan sistem peng-uploadan konten sesuai dengan perayaan hari-hari tertentu, serta manfaat dari soya. Adapula kegiatan lainnya seperti membuat logo dan sticker baru.

#### 2.2 Hasil Luaran

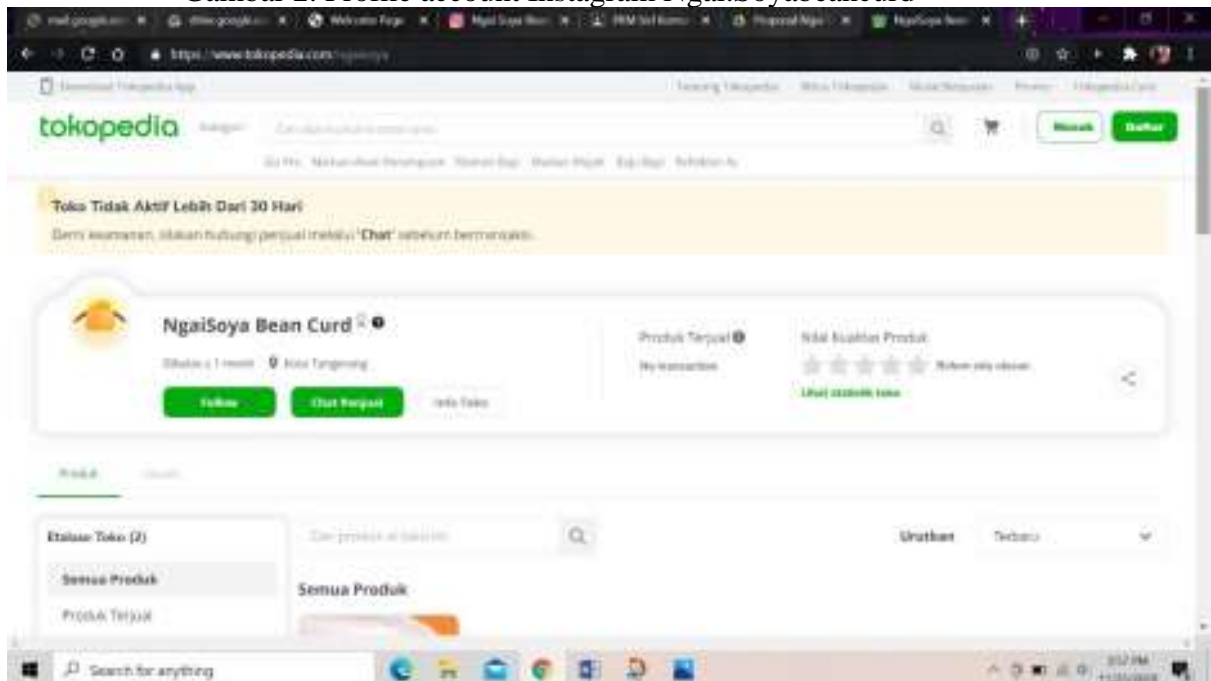
Dari sejumlah kegiatan yang dilakukan seperti peng-uploadan pada sosial media dan *e-commerce*, berikut beberapa hasil dokumentasi dari Ngai.Soyabeencurd.



Gambar 1. Instagram milik Ngai.Soyabeencurd



Gambar 2. Profile account Instagram Ngai.Soyabeancurd



Gambar 3. Tokopedia Ngai.Soyabeancurd

### BAB III

## PELAKSANAAN

### 3.1 Waktu dan Hasil Kegiatan

Kegiatan ini akan dilaksanakan sepanjang November 2020 sampai dengan awal Desember 2020 dengan rincian sebagai berikut:

- Melakukan redesign terhadap logo dan design feed di platform Instagram
- Melakukan posting Instagram sosial media Ngai Soya Beancurd sesuai feed yang didesign

- Melakukan promo buy 2 get 1 dengan additional + 1 k

Per item Rp 12.000 , jika konsumen membeli 2 dengan total Rp 24.000 dan additional Rp 1.000 maka konsumen mendapat 3 pcs

- Pembuatan akun e-commerce menggunakan platform Tokopedia dengan memberitahu katalog dan keterangan produk.
- Pembuatan akun e-commerce menggunakan platform Shopee dengan memberitahu katalog dan keterangan produk
  - Melakukan paid promote untuk mengiklankan produk Ngai Soya

Beancurd Melakukan kegiatan giveaway produk Ngai Soya Beancurd

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **4.1 Kesimpulan**

Program PKM dengan tujuan awal meningkatkan usaha Ngai Soya Beancurd yang kebetulan adalah hasil karya anak bangsa dan memajukan usaha UMKM pada masa pandemi memanfaatkan media online sebagai pemasaran dan target market. Dalam program PKM ini kami berusaha meningkatkan penjualan dengan mendesign ulang logo dari Ngai Soya Beancurd, kemudian melakukan pemasaran dan menggunakan strategi penjualan beli 2 gratis 1 dengan tujuan meningkatkan penjualan dan menaikkan brand di kalangan sosial media, agar khalayak publik bisa mengenal Ngai Soya Beancurd. Kemudian kami juga membuka akun e-commerce dengan memanfaatkan platform Tokopedia dan Shopee agar membuka jalan penjualan dan melebarkan target pasar dengan jangkauan yang lebih luas dengan tujuan semoga penjualan lebih besar dan brand Ngai Soya Beancurd lebih dikenal di masyarakat. Dalam program PKM yang dihasilkan menghasilkan penjualan Ngai Soya Beancurd cukup meningkat walaupun belum terlalu signifikan. Harapannya semoga dengan berlanjutnya dan diterapkannya program ini Ngai Soya Beancurd bisa tetap meningkatkan penjualannya, kualitas dan mutu serta Ngai Soya Beancurd bisa unggul dan bersaing di dunia kuliner dengan para kompetitor.

#### **4.2 Saran**

Menurut kelompok kami untuk PKM yang telah kami laksanakan, kegiatan PKM ini sangat bermanfaat bagi kami karena kami bisa mencoba bagaimana kita membuat suatu perusahaan menjadi maju dan lebih baik lagi, dapat membantu meningkatkan penjualan toko-toko atau bisnis yang dijalankan oleh teman kami, kami juga dapat meningkatkan kemampuan marketing online yang diperlukan dalam berjualan lewat sosial media, tetapi saran dari kami untuk kegiatan PKM ini akan lebih seru jika tidak di laksanakan pas covid-19 karena kita bisa terjun langsung untuk melaksanakan kegiatan PKM ini.

#### **Daftar Pustaka**

<https://www.instagram.com/ngai.soyabeancurd/>

<https://tokopedia.link/g6hEDqCNgcB>

Gisela Marthalia, 2019. "Pengaruh Konten Promosi Shopee Di Media Sosial Terhadap Minat Beli". Jurnal Universitas Multimedia Nusantara.

Novianto Phangestu, 2019. "*Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Batik Tusta (Studi Kasus Akun Instagram @Batiktusta)*". Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

Punsu N Ompusunggu, 2018. Hubungan Antara Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Oriflame. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Hkbp Nomensen.*

### **Lampiran**

1.46



jessewjy 10h

SYDNEY by eatandtreats



*super jiggly beancurd  
enak banget sih, not too sweet  
and super ringan rasanya 🍴*

*@ngai.soyabeancurd  
@ngai.soya*

Send message





12:52



ngai.soya ▾ •

