

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum

Nana's Kitchen merupakan usaha makro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner. Usaha ini awalnya dirintis oleh kedua orang tua saya pada tahun 2014 di kabupaten Pemalang. Awal mula terciptanya bisnis ini dikarenakan pada tahun 2014 saya dan keluarga pindah ke Pemalang, kemudian kami melihat peluang di bidang ini karena pada saat itu belum banyak orang yang tertarik untuk berbisnis kuliner. Terlebih lagi di kota asal saya, yaitu Purbalingga orang tua saya sudah menggeluti bidang ini.

Angkringan adalah usaha pertama yang kami buka di kota Pemalang, sayangnya usaha angkringan ini tidak dapat berjalan lama karena pada saat itu kami belum memiliki banyak relasi dan kami masih belum paham dengan pangsa pasar di kota ini. Tidak lama setelah membuka angkringan kami mendapatkan kesempatan untuk berjualan di kantin SMP, di sini kami menjual beraneka jajan, makanan serta minuman. Kami berjualan di kantin ini dari akhir 2014 - 2019. Omset penjualan di SMP ini bisa di bilang cukup besar. Setelah satu tahun berlalu orang-orang mulai memesan makanan pada kami, entah untuk acara ataupun untuk di jual kembali.

Di Tahun 2016-2018 kami mendapatkan kesempatan untuk menjadi supplier snack di Rumah Sakit, kami memasok snack yang akan dibagikan untuk seluruh dokter, perawat maupun pegawai yang ada disana. Kami mengirim snack pagi dan siang dengan jumlah sekali pengiriman berkisar 250 - 300 pcs. Kemudian di Tahun 2018 kami mulai mencoba pasar baru yaitu toserba di kota Pemalang. Kami menitipkan snack di Toserba, dalam sekali pengiriman bisa lebih dari 200 snack. Kami juga menawarkan produk dengan di kelilingkan, membuka pre-order serta di titipkan di warung-warung kecil.

Ketika COVID-19 melanda jumlah permintaan pasar mulai menurun dengan drastis yang mana juga mengakibatkan omzet menurun. Di Tahun 2021 penjualan berangsur-angsur naik, akan tetapi di Tahun 2023 penjualan kembali mengalami penurunan karena terjadi banyak phk sehingga banyak yang membuka usaha Kuliner, serta terjadinya deflasi.

Di tahun 2025 ini saya mulai mengambil alih sepenuhnya usaha tersebut. Saya mulai menitipkan produk-produk di warung-warung dan menambah variasi produk yang dijual, Saya juga mempromosikan produk secara online melalui social media, yaitu Instagram dan WhatsApp. Saya menggunakan aplikasi Instagram dan WhatsApp karena sebelumnya promosi dilakukan oleh ibu saya ada keterbatasan pengetahuan.

1.2.Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi teknologi informasi untuk meningkatkan penjualan Nana's Kitchen?
2. Seberapa luas cakupan pemasaran digital dalam mempromosikan Nana's Kitchen ?

1.3.Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi penggunaan media pemasaran digital yaitu Instagram dan Whatsapp selama satu tahun terakhir.

1.4.Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan Nana's Kitchen.