



PENGOPTIMALAN TEKNIK TRANSPORTASI TENTANG PENYAJIAN DAN PEMASARAN PRODUK MINUMAN PADA OUTLET AGADES DIRANTAU SELATAN

Natasya Anggraini¹, Niken Sabina Malikasa², Nadiya Safitri³

natasyaanggraini8187@gmail.com¹, nikensabinamalikasa@gmail.com², nadiaaja016@gmail.com³

Universitas Labuhanbatu

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengoptimalkan teknik transportasi tentang penyajian dan pemasaran produk minuman pada outlet agades di Rantau Selatan. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dimana penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan survey langsung ke outlet agades dimana wawancara dan survey bersumber langsung dari owner. Jumlah data yang diperoleh dari masing-masing outlet dijadikan sampel dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik transportasi dimana teknik ini yang paling efisien dibandingkan dengan metode simpleks. Strategi pemasaran dan penyajian melalui media sosial seperti instagram, facebook, dan tiktok. Berdasarkan penelitian yang didapat cara penyajian agades termasuk unik dengan menggunakan cup besar yang disablon dengan nama agades.id dan menggunakan bahan-baha premium dan bersih untuk menarik perhatian pelanggan tentunya agades juga mempunyai pelayanan yang bagus dan ramah.

Kata kunci: Media Sosial, Owner, Wawancara, Survey

Abstract

The aim of this research is to optimize transportation techniques regarding the presentation and marketing of beverage products at agades outlets in Rantau Selatan. This research method uses qualitative research where this research was carried out by interviews and surveys directly at Agades outlets where interviews and surveys came directly from the owner. The amount of data obtained from each outlet was used as a sample in this research. This research uses a transportation technique where this technique is the most efficient compared to the simplex method. Marketing and presentation strategies via social media such as Instagram, Facebook and TikTok. Based on the research obtained, the way of serving agades is unique, using a large cup screen-printed with the name agades.id and using premium and clean ingredients to attract customers' attention. Of course, agades also has good and friendly service.

Keywords: Social Media, Owner, Interview, Survey

PENDAHULUAN

UMKM di Labuhanbatu cukup potensial menopang ekonomi rakyat. Biasanya memiliki kekayaan bersih di bawah Rp300 juta per tahun. Usaha ini biasanya juga tidak memiliki sistem pembukuan, kesulitan untuk memperbesar skala usaha, dan masih memiliki

modal terbatas. Salah satu pendukung UMKM di Labuhanbatu yaitu AGADES.

Salah satu bisnis minuman yang banyak diminati oleh Masyarakat Labuhanbatu salah satunya Agades. Agades juga memiliki 3 outlet di Labuhan Batu outlet pertama berada di Jl. Sisingamaraja depan Suzuya Mall, outlet kedua berada di Jl. Sisingamaraja depan Cindelaras, dan outlet ke tiga berada di Jl. urip. Agades menyediakan 6 variant rasa buah yaitu Zozu Strawberry, Zozu Mangga, Zozu Alpukat, Zozu Naga, Zozu Comel, dan Zozu Cokelat Milo. Mereka menyediakan 50 cup per outletnya dan memakan modal sekitar kurang lebih sekitar Rp7.000.000. Menu yang paling recommended dan banyak diminati pelanggan adalah Zozu Mangga dan 1 porsinya seharga Rp15.000.

Sosial media yang digunakan oleh Agades untuk memasarkan produk mereka yaitu Instagram, Facebook dan TikTok. Dengan menggunakan Instagram pemasaran minuman ini bisa dimaksimalkan dengan baik. Instagram, Facebook, dan TikTok bisa digunakan untuk memposting foto atau produk yang dijual dengan cara yang unik dan tidak pasaran. Dan memiliki harga yang terjangkau untuk Masyarakat Labuhanbatu.

Berdasarkan hal diatas penulis menggunakan metode transportasi untuk mengoptimalkan penyajian dan pemasaran produk minuman pada outlet Agades di Rantau Selatan. Dimana dengan metode transportasi adalah salah satu teknik optimasi dalam riset operasi yang digunakan untuk mengatur pendistribusian barang dari berbagai sumber ke beberapa wilayah pengiriman sehingga menghasilkan biaya distribusi yang optimal. Dengan demikian tujuan penelitian ini untuk mengetahui cara pengoptimalan teknik transportasi untuk penyajian dan pemasarannya agar terlihat lebih unik sehingga dapat menarik perhatian para pelanggan.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada hari selasa 13 November 2023 di outlet Agades yang berada di Jl. Sisingamaraja seberang Cindelaras Rantau Selatan, Kabupaten Labuhanbatu Sumatera Utara dan melakukan penelitian kualitatif berupa wawancara dan survey untuk mendapatkan data, agar mengetahui cara penyajian dan cara pemasaran minuman Agades.

Populasi merupakan bagian yang memuat seluruh subjek dalam penelitian yang dimiliki karakteristik tertentu sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan dasar mewakili populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah usaha dalam bidang minuman zozu agades. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah bahan-bahan yang dibutuhkan di outlet Agades yang berada di Rantau Selatan.

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis dan sumber data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan melakukan wawancara atau survey dan lain sebagainya. Penelitian yang dilakukan menggunakan data dalam penelitian berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan sehingga jenis sumber data dalam penelitian ini disebut dengan data primer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai hasil penelitian serta pembahasan dari hasil penelitian tersebut. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk tabel dan struktur yang merupakan rangkuman dari hasil penelitian. Tabel dan struktur ditampilkan sesuai dengan jenis sub bahasan sehingga diharapkan dapat melihat dengan runtut dan lebih mudah memahami pembahasan dari hasil penelitian ini.

Pada bab ini juga dibahas mengenai hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan yaitu berupa hasil penelitian observasi langsung ke outlet agades dengan menggunakan penelitian yang bersih. Setelah data dihimpun dan dilanjutkan dengan pengolahan data hasil penelitian

sesungguhnya, maka hasil pengolahan data ini digunakan untuk membuktikan diterima atau tidaknya hasil sementara dalam penelitian ini.

Penelitian ini dimaksud untuk mengetahui cara penyajian dan pemasaran outlet agades,serta modal dan keuntungan.Agades berdiri sejak tahun 2019 dan membuka outlet dari tahun 2020 sampai dengan sekarang.Agades memiliki tiga outlet dua sedang berjalan dan satu masi close.Keuntungan yang didapat agades tergantung dengan hasi penjualan perhari dan tidak bisa dinominalkan,karena agades juga menggunakan buah-buahan yang premium pasti ada kalanya buah-buahan itu lembek atau busuk yang bisa dijadikan kerugian untuk agades. Kenaikan pendapatan per kapita memiliki potensi terhadap meningkatnya daya beli masyarakat Indonesia di segmen menengah ke atas. Dalam perbulannya agades bisa menghabiskan buah-buahan kurang lebih 700 kg.

Berdasarkan penelitian yang didapat cara penyajian agades termasuk unik dengan menggunakan cup besar yang disablon dengan nama agades.id dan menggunakan bahan-bahan premium dan bersih untuk menarik perhatian pelanggan tentunya agades juga mempunyai pelayanan yang bagus dan ramah. Penelitian dilakukan menggunakan penelitian kualitatif berupa wawancara dan survey langsung ke outlet agades.

Pengoptimalan teknik transportasi tentang penyajian dan pemasaran produk minuman agades.id diperoleh data berikut:

Tabel 1

	cabang 1	cabang 2	SUPPLY
buah strawberry	50	50	100
buah mangga	150	150	300
buah alpukat	50	50	100
buah naga	50	50	100
buah pisang	25	25	50
comel	25	25	50
milo	25	25	50
DEMAND	375	375	

Data diatas menunjukkan tentang persediaan dan kebutuhan buah-buahan dimasing-masing outlet agades.id

Tabel 2

(untitled) Solution	cabang 1	cabang 2
solution value = \$63750		
buah strawberry	100	
buah mangga	275	25
buah alpukat		100
buah naga		100
buah pisang		50
comel		50
milo		50

Data diatas menunjukkan hasil dari data yang dikelola menggunakan aplikasi QM dengan teknik transportasi

KESIMPULAN

UMKM di Labuhanbatu cukup potensial menopang ekonomi rakyat. Biasanya memiliki kekayaan bersih di bawah Rp300 juta per tahun. Salah satu bisnis minuman yang

banyak diminati oleh Masyarakat Labuhanbatu salah satunya Agades. Tujuan penelitian ini untuk memperbaiki cara penyajian dan cara pemasarannya agar terlihat lebih unik untuk menarik perhatian para pelanggan. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif berupa wawancara dan survey untuk mendapatkan data, agar mengetahui cara penyajian dan cara pemasaran minuman hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan yaitu berupa hasil penelitian observasi langsung ke outlet agades dengan menggunakan penelitian yang bersih. Berdasarkan penelitian yang didapat cara penyajian agades termasuk unik dengan menggunakan cup besar yang disablon dengan nama agades.id dan menggunakan bahan-bahan premium dan bersih untuk menarik perhatian pelanggan tentunya agades juga mempunyai pelayanan yang bagus dan ramah.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnanda Fairuz Surayah, Yanda Bara Kusuma (2023) : Strategi pengembangan dan pemasaran produk menggunakan sentra wisata kuliner UMKM minuman dikelurahan Keputih Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya. <https://ejurnal.stipas.ac.id/index.php/jmmn/article/view/183>
- Banyu Faiz Musthafa Taqwatullah1* , Asep Erik Nugraha(2022): Pengaruh Promosi terhadap Penjualan Menu Minuman di UMKM Kedai Hotter Coffee dan Cinema. file:///C:/Users/62813/Downloads/13545-39256-1-PB.pdf.
- I Putu Hendika Permana, Ni Kadek Ayu Natalia Pratiwi (STMIK STIKOM Indonesia)(2021): Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online @deliciousbali. <https://www.globalresearcher.net/index.php/justbest/article/view/2>.
- Made Rest Handika dan Gede Sri Darma (2018): Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/601>.
- Rahma Lestari, Dwi Wahyu Artiningsih, Nurlaili Maulida (2023) : Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan minat beli pada UMKM minuman pop ice siring di Muara Teweh. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/PIUOK/article/view/12515>
- Tina Yunita, Muhammad Dzaky (2023) : Analisis Strategi pada UMKM Kamsia Boba terhadap penjualan yang modern. <https://www.journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/download/2033/1532>
- Viorensa Tedjalaksana, Lucyana Trimo (2022) : Analisis strategi pemasaran digital UMKM produk herbal dimasa pandemi covid 19. <https://jurnal.unigal.ac.id/mimbaragribisnis/article/view/7457>
- Wati Sukmawati, Hadi Sunaryo (2021) : Pendampingan pemasaran produk UMKM minuman serbuk jaje instan dimasa pendemi COVID-19. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/3782>.
- Wahyu Lukito1 , Bijaksana Prabawa2 , Wirania Swasty3 (2021): Peningkatan daya saing UMKM minuman olahan kopi melalui strategi branding.file:///C:/Users/62813/Downloads/4813-Article%20Text-18956-1-10-20211108%20(3).pdf.
- Yuni Tresnawati(2022) : Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. <https://journal.sinergiinstitute.com/index.php/JNMC/article/view/5>.