Inovasi Olahan Produk Cepat Saji Sandwich dengan Pemilihan Bahan Baku yang Berkualitas Aspek Pemasaran

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam

Acc munaqosah
10 okt 2025

Oleh:

ALIYAH NABILATUL BAHIRAH

21423011

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama	: Aliyah Nabilatul Bahirah
NIM	: 21423011
Program Studi	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir	: **Inovasi Olahan Produk Cepat Saji Sandwich dengan Pemilihan Bahan Baku yang Berkualitas Aspek Pemasaran**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 06 Oktober 2025

Aliyah Nabilatul Bahirah

NOTA DINAS

Yogyakarta 10 Oktober 2025 M
17 Rabiul Akhir 1447 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 1316/Dek/60/DAATI/FIAI/IX/2024 tanggal : 30 September 2024 M, 26 Rabiul Awal 1446 H. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara :

Nama : Aliyah Nabilatul Bahirah

NIM : 21423011

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Program Studi : Ekonomi Islam

Tahun Akademik : 2024/2025

Judul Tugas Akhir : Inovasi Olahan Produk Cepat Saji Sandwich dengan Pemilihan Bahan Baku yang Berkualitas Aspek Pemasaran

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas sudah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing,

Muhammad Iqbal, SEI, M.S.I.

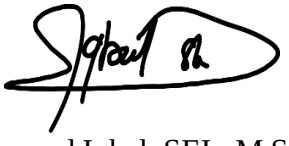
REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis:

Nama Mahasiswa	:	Aliyah Nabilatul Bahirah
NIM	:	21423011
Judul Tugas Akhir	:	Inovasi Olahan Produk Cepat Saji Sandwich dengan Pemilihan Bahan Baku yang Berkualitas Aspek Pemasaran

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqosah Tugas Akhir Perintisan Bisnis pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 Oktober 2025



Muhammad Iqbal, SEI., M.S.I.

LEMBAR PENGESAHAN

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Selasa
Tanggal	:	28 Oktober 2025
Judul Tugas Akhir	:	Inovasi Olahan Produk Cepat Saji Sandwich dengan Pemilihan Bahan Baku yang Berkualitas Aspek Pemasaran
Nama	:	ALIYAH NABILATUL BAHIRAH
Nomor Mahasiswa	:	21423011

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Ketua/Pembimbing
Muhammad Iqbal, SEI, MSI (.....)

Penguji 1
Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. (.....)

Penguji 2
Anom Garbo, SEI, ME (.....)

Yogyakarta, 28 Oktober 2025
Fakultas Ilmu Agama Islam
Dekan

Dr. Drs. Asmuni, MA

MOTTO

وَأَرَ ىٰ أَسْمَعُ مَعَكُمَآ إِنَّنِى ۖ تَخَافَآ لَ قَالَ

Artinya :

Allah berfirman: “Janganlah kamu berdua khawatir, sesungguhnya Aku beserta kamu berdua, Aku mendengar dan melihat”.

ABSTRAK

Inovasi Olahan Produk Cepat Saji Sandwich dengan Pemilihan Bahan Baku yang Berkualitas Aspek Pemasaran

ALIYAH NABILATUL BAHIRAH

21423011

Perkembangan kuliner di Indonesia semakin dipengaruhi tren makanan Barat seperti Sandwich, yang menjadi bagian dari makanan cepat saji global. Bisnis Zandwich hadir sebagai inovasi dengan menawarkan variasi sandwich unik, menggabungkan sayuran lokal, buah segar, dan lapisan roti untuk menciptakan rasa seimbang dan tekstur menggugah selera. Alasan penulis memilih bisnis ini meliputi preferensi masyarakat terhadap makanan cepat saji yang diminati oleh konsumen karena kepraktisannya. Perkembangan Zaman dalam penggunaan teknologi sangat membantu dalam mengoptimalkan strategi pemasaran. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan teknologi dalam pemasaran dapat memberikan keuntungan dalam pengembangan bisnis. Strategi pemasaran dikembangkan secara *online* dan *offline* untuk meningkatkan *brand awareness*, memperluas pangsa pasar, dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Pemasaran online, penulis memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok melalui konten menarik, *endorsement influencer* dengan akun Instagram yaitu Gitatriyanadessy dan Menu Hunter, melakukan *live streaming*, iklan Tiktok serta membuat pelayanan makanan secara online seperti GoFood dan GrabFood beserta *Campaign* Promo. Sementara pemasaran offline melibatkan stand penjualan langsung di Lokasi Stadion Maguwoharjo. Maka karena itu, dari beberapa strategi yang dirancang bertujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif di era digital, dengan adaptasi terhadap dinamika pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif.

Kata Kunci: kuliner, teknologi, pemasaran online, pemasaran offline

ABSTRACT

Innovation of Fast Food Sandwich Products with the Selection of High Quality Ingredients Marketing Aspect

ALIYAH NABILATUL BAHIRAH

21423011

The development of cuisine in Indonesia is increasingly influenced by Western food trends such as sandwiches, which have become part of the global fast food industry. The Zandwich business has emerged as an innovation by offering unique sandwich variations, combining local vegetables, fresh fruit, and bread layers to create a balanced flavor and appetizing texture. The author chose this business because of the public's preference for fast food, which is popular with consumers due to its convenience. Technological advancements have greatly helped optimize marketing strategies. Therefore, utilizing technology in marketing can provide advantages in business development. Marketing strategies are developed online and offline to increase brand awareness, expand market share, and build long-term relationships with consumers. For online marketing, the author utilizes social media platforms Instagram and TikTok through engaging content, influencer endorsements with Instagram accounts Gitatriyanadessy and Menu Hunter, live streaming, TikTok advertisements, and online food delivery services such as GoFood and GrabFood along with promotional campaigns. Meanwhile, offline marketing involves direct sales booths at Maguwoharjo Stadium. Therefore, the strategies designed aim to achieve competitive advantage in the digital era by adapting to market dynamics to effectively meet consumer needs.

Keywords: culinary, technology, online marketing, offline marketing

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI

PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar "satu fonem satu lambang".
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara konkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini

meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta' Marbutah

5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan

huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ة	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẑal	z	zet (dengan titik di atas)
ز	Ra	R	Er
ش	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‟ain	‟	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ى	Nun	N	En
◌ّ'	Wau	W	We
◌ّ‟	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌ً◌ٰ	Fathah	A	A
◌ٍ◌ٰ	Kasrah	I	I
◌ٌ◌ٰ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tabel 0 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَـْـَـ ي	**Fathah dan ya**	**Ai**	**a dan u**
ـَـْـَـ و	**Fathah dan wau**	**Au**	**a dan u**

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa'ala
- سُئِلَ su'ila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ا..ى	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas

..ى.م	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
ُ◌ ُ◌ ُ◌	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- qāla
- ramā
- qīla
- yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup
   Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
b. Ta' marbutah mati
   Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

raudah al-atfāl/ra udahtul atfāl

al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah

talhah

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرّ al-birr

F. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah
   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah
   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.
3. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

ar-rajulu الرَّجُلُ
-- الأقلام al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khużu
- syai'un
- an-nau'u
- inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/

Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

- Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan

dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Allaāhu gafūrun rahīm
- Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

A. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan lancar. Shalawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada nabi besar, Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi penulis untuk terus bersemangat dalam menjalankan kebaikan dan memberi semangat kepada penulis untuk menulis Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan judul "Inovasi Olahan Produk Cepat Saji "Sandwich" dengan Pemilihan Bahan Baku Organik yang Berkualitas untuk Kesehatan Optimal".

Perintisan bisnis ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan kasih sayang yang tak ternilai dan doa yang selalu dipanjatkan sehingga dapat menjadi sumber semangat dalam menyelesaikan karya tulis ini.

Penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Indonesia Beserta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Anom Garbo, SEI., ME selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang telah memberikan dukungan, arahan, masukan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menjalani kewajiban sebagai mahasiswa di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
6. Segenap dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.
7. Kedua Orang Tua penulis yaitu Bapak Muhammad Taufiq dan Ibu Ruhainah yang selalu memberikan penulis semangat, doa yang selalu dipanjatkan serta motivasi untuk kelancaran penyusunan Tugas akhir Perintisan Bisnis.
8. Teman seperjuangan Cholifatun Rosida Catur Putri Rusmayanti dan Finda Nurulita Ananda yang telah bekerjasama menyelesaikan Perintisan Bisnis ini dengan tepat waktu serta membantu penulis memberi informasi terkait program kerja yang sedang penulis jalani.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 06 Oktober 2025

Aliyah Nabilatul Bahira

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
NOTA DINAS iii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
LEMBAR PENGESAHAN v
MOTTO vi
ABSTRAK vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN ix
KATA PENGANTAR xvii
DAFTAR ISI xix
DAFTAR GAMBAR xxi
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Sistematika Penulisan 4
BAB II 6
PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS 6
A. Profil Bisnis 6
B. Pelaksanaan Bisnis 8
1. Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia 9
2. Tinjauan Aspek Pemasaran 10
BAB III 45
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH 45
A. Identifikasi Masalah 45
B. Tinjauan Teoritis Pemasaran 46
C. Pemecahan Masalah Pemasaran 49
BAB IV 51
KESIMPULAN DAN SARAN 51

A. Kesimpulan.....51
B. Saran.....52
DAFTAR PUSTAKA.....53
LAMPIRAN.....56
A. Laporan Realisasi Agenda Kegiatan.....56
B. Laporan Kegiatan Mingguan Bagian Pemasaran.....58
C. Bukti Agenda Kegiatan.....72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Zandwich.....7
Gambar 2. 2 Google Trends Sandwich Buah Tahun 2021-2025.....11
Gambar 2. 3 Google Trends Sandwich Sayur Tahun 2020-2025.....12
Gambar 2. 4 Logo Zandwich.....12
Gambar 2.5 Melakukan Foto dan Video 13
Gambar 2.6 Mengedit Foto dan Video Produk.....13
Gambar 2.7 WhatsApp 14
Gambar 2.8 Insight Instagram.....16
Gambar 2.9 Profil Instagram.....16
Gambar 2.10 Feed Instagram 17
Gambar 2.11 Reels Instagram 18
Gambar 2.12 Tiktok.....19
Gambar 2.13 Go Food 21
Gambar 2.14 Grab Food.....22
Gambar 2.15 Ads Tiktok 1 kali 23
Gambar 2.16 Ads Tiktok 2 kali 25
Gambar 2.17 Ads Tiktok 3 kali 26
Gambar 2. 18 Akun Instagram Gitatriyanadessy 28
Gambar 2.19 Endorsement Instagram Gitatriyanadessy.....29
Gambar 2.20 Endorsement Tiktok Gitatriyanadessy.....31
Gambar 2.21 Endorsement Instagram Menu Hunter.....32
Gambar 2.22 Endorsement Instagram Menu Hunter.....33
Gambar 2.23 Endorsement Tiktok Menu Hunter.....34
Gambar 2.24 Foto Lapak Zandwich 38
Gambar 2.25 Banner Zandwich.....39
Gambar 2.26 Menu Zandwich.....40
Gambar 2.27 Promosi 43
Gambar 2.28 Google Maps Zandwich 43

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dalam dunia kuliner kini semakin merambah di zaman sekarang, ditambah lagi dengan berbagai tren-tren makanan barat yang sudah masuk ke indonesi salah satunya seperti Sandwich. Sandwich juga sebagai salah satu produk makanan cepat saji yang telah menjadi bagian penting dari budaya makanan global. Dalam merancang atau melaksanakan sebuah bisnis, tentunya menghadirkan suatu inovasi yang terdapat didalamnya, guna sebagai pengembangan produk dengan peningkatan yang signifikan dari produk yang sudah ada yang bertujuan untuk dapat memenuhi keinginan konsumen, baik itu dari segi kualitas maupun fungsionalitas sebagai daya saing produk di pasar. Tentunya dalam perkembangan teknologi yang semakin canggih, pelaku usaha harus bisa menciptakan inovasi yang mendorong kreativitas dan strategi baru sehingga mampu dalam menjangkau konsumen. Inovasi dalam pemasaran adalah bentuk upaya dalam menciptakan ide-ide baru yang dapat meningkatkan daya saing pasar. Hal ini bertujuan untuk dapat memperkenalkan produk, memperluas pangsa pasar, dan dapat mencapai keunggulan kompetitif dalam sebuah bisnis, yang dapat membantu usaha dalam bersaing di pasar (Mardikaningsih, 2023).

Di era digital yang serba cepat, lanskap bisnis terus mengalami evolusi yang signifikan, sehingga perlu nya untuk berdaptasi dengan dinamika pasar terutama dalam menjangkau audiens yang beragam. Pemasaran melalui media sosial menjadi sangat efektif untuk dijadikan sebagai penghubung antara *brand* dan konsumen dalam berinteraksi. Hal ini dapat dimanfaatkan dalam *platform* di media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook, maupun Youtube sebagai bentuk dalam penawaran terhadap konsumen sehingga dapat terjalin hubungan antar keduanya. Dalam penggunaan teknologi digital, yang dapat menciptakan komunikasi

yang terarah dalam membantu mempertahankan pelanggan dengan hubungan yang baik (Permadi, 2022).

Zandwich menawarkan berbagai variasi produk sandwich yang unik, dengan menggabungkan kesegaran sayuran lokal dan manisnya buah-buahan segar yang disajikan di antara roti gandum utuh yang lembut. Dan diracik dengan menampilkan kombinasi rasa yang seimbang dan tekstur yang menggugah selera dengan sajian sandwich klasik dengan sentuhan modern hingga kreasi yang dapat memadukan cita rasa. Dengan ini kami menargetkan pasar yang luas mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga pekerja kantoran yang menginginkan camilan cepat saji di sela-sela kesibukan.

Alasan penulis dalam memilih bisnis tersebut meliputi beberapa hal dalam pertimbangan, pertama mayoritas masyarakat Indonesia lebih menyukai makanan cepat saji karena lebih praktis saat disajikan, kedua saat melakukan beberapa riset penulis menemukan data bahwa usaha sandwich mempunyai peluang untuk dikembangkan, karena jarak beberapa dari kompetitor yang menjual produk serupa berjauhan di lokasi berjualan dan yang ketiga, karena di lokasi Stadion Maguwoharjo merupakan pusat jajanan yang banyak dikunjungi oleh masyarakat. Sehingga dapat mendukung pengembangan usaha.

Pemasaran adalah proses atau kegiatan yang dilakukan oleh individu atau perusahaan untuk mengenalkan, mempromosikan, dan menjual produk atau jasa kepada konsumen, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara yang efektif untuk dapat meningkatkan penjualan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Hedy Syahidah Budiarti, 2023). Strategi pengembangan dalam pemasaran yang penulis jalankan dengan penyusunan rencana serta pendekatan yang digunakan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkuat posisi produk di pasar. Dan tentunya strategi pengembangan dalam pemasaran ini dilakukan secara *online* dan *offline*.

Pemasaran *online* yang dilakukan yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai bentuk dalam peningkatan *Brand Awareness* serta memudahkan dalam promosi produk. Melalui media sosial, penulis melakukan beberapa kegiatan seperti membuat konten baik itu berupa foto dan video menarik yang mengikuti tren untuk dapat menarik perhatian konsumen. Selain itu, penulis juga melakukan *endorsement* dengan *influencer* dari akun "Gitatriyanadessy" dan juga akun "Menu Hunter" tujuannya untuk memperkenalkan produk secara luas, agar semakin dikenal oleh masyarkat. Bahkan, penulis juga melakukan *Live Streaming* di Tiktok sebagai bentuk promosi produk untuk pengenalan kepada calon *customer* serta menyapa *audiens* untuk dapat tetap menjalin hubungan yang baik dengan *customer*. Penulis juga memasang iklan di Tiktok, karena menurut penulis dari pemahaman terhadap grafik yang diamati Media Sosial Tiktok menjadi *platform* yang banyak digemari oleh masyarakat, sehingga hal tersebut dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan jumlah konsumen. Dalam *marketplace*, penulis juga menyediakan layanan pembelian secara *online* di Go Food dan juga Grab Food, yang gunanya untuk mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian. Bukan hanya itu, penulis juga mengikuti *Campaign promo* di Go Food yang tujuannya untuk menarik perhatian pelanggan dalam berbagai bentuk promo yang tersedia.

Adapun dalam pemasaran *offline,* penulis membuka *stand* jualan di Stadion Maguwoharjo agar konsumen dapat membeli produk secara langsung, selain itu penulis juga mengadakan pembagian *pamflet* yang berisi informasi promo, dan juga melakukan interaksi dengan pelanggan dengan menjelaskan promo yang sedang berlangsung dengan pegunjung. Dan pemasaran secara tidak langsung, penulis menggunakan strategi *Word of Mouth*, karena metode promosi ini sangat efektif dalam penyebaran informasi. Strategi *Word of Mouth* dapat berkembang dengan cepat hanya dalam beberapa detik dengan mengunggah dan menyebarluaskan ke media sosial (Edi Irawan, 2023).

B. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan rancang bangun bisnis ini memiliki beberapa bagian yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari bagian sampul depan dan halaman judul. Bagian inti laporan dibagi menjadi empat bagian yakni Bab I, II, III dan IV.

Bab I berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang menguraikan munculnya ide bisnis yang dijalankan dan bagaimana proses menganalisa kelayakan suatu bisnis serta sistematika laporan yang memaparkan secara singkat bagaimana laporan tugas akhir rancang bangun dan implementasi bisnis ini dibuat.

Pada bagian Bab II tentang laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis, terdiri dari profil bisnis dan pelaksanaannya. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis secara umum meliputi bidang bisnis, lokasi, kapan berdiri, dan perkembangan bisnis secara umum. Untuk bagian pelaksanaan bisnis berisikan tentang beragam aspek-aspek yaitu produksi, pemasaran dan keuangan.

Pada Bab III identifikasi dan pemecahan masalah terdiri dari identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam membuat suatu bisnisnya. Kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul dan untuk bagian pemecahan masalah menjabarkan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnya.

Terakhir bagian Bab IV kesimpulan dan rekomendasi yaitu menjelaskan tentang pelaksanaan bisnis secara umum. Pelaksanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi

sebagaimana telah diuraikan pada Bab III, dan saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang bisnis yang sama dengan yang dijalankan. Kemudian di bagian akhir memaparkan tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran di dalam menunjang bisnis yang dijalankan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Nama “Sandwich” berasal dari John Montagu, Earl of Sandwich ke-4, seorang aristocrat inggris abad ke-18 yang merupakan seorang bangsawan (Fatmawaty, 2024). Makanan modern inipun telah merambah ke berbagai Negara salah satu nya Indonesia, sandwich telah menjadi salah satu makanan cepat saji yang digemari. Sandwich merupakan makanan yang memiliki bahan dasar roti lapis dan memiliki berbagai variasi isian seperti daging ayam, sayuran, tomat, mayonise, saus, dan bahan lainnya. Selain itu, sandwich juga popular karena praktis dan mudah dalam penyajiannya. Berbagai varian menu yang kami tawarkan pada produk Sandwich Buah seperti varian Anggur *Greenflag*, Strawberry *Redflag*, Mangmon (mangga gamon), dan *Mix Vibes*. Selain itu, kami juga menawarkan Roti Coklat bagi konsumen yang menyukai makanan manis yang renyah juga lumer di setiap gigitan. Sedangkan varian menu yang tersedia pada Sandwich Sayur yaitu rasa *Sigma Chili Sauce, Ohio Mayo Sauce, BBQ Richzz Sauce, Mentai Sauce, Special Zandwich Sauce, dan Johnwich.* Makanan ini tidak hanya praktis tetapi juga menyegarkan, sehingga menjadikannya pilihan dalam mengkonsumsi makanan cepat saji. Ide bisnis yang akan kami tawarkan melalui merk terhadap branding produk yang kami namakan dengan **Zandwich**. Zandwich hadir dengan menciptakan inovasi bisnis terhadap rasa yang istimewa tujuannya untuk bisa menyatukan berbagai kalangan masyarakat lewat produk, layanan, dan pengalaman unik yang kami sediakan.

Gambar 2. 1 Logo Zandwich

Arti dari logo brand Zandwich :

- Nama brand Zandwich, yang merupakan gabungan dari kata "Sandwich" dengan huruf "Z" berkaitan dengan Generasi Z (Gen Z) yang memberikan kesan unik dan autentik.
- Pemilihan terhadap beberapa warna yang terdapat dalam logo Zandwich, merupakan gabungan dari perpaduan visual yang ceria, kreatif, unik, dan penuh eksperi.

Alasan penulis dalam memilih bisnis tersebut meliputi beberapa hal dalam pertimbangan, pertama mayoritas masyarakat Indonesia lebih menyukai makanan cepat saji karena lebih praktis saat disajikan, kedua saat melakukan beberapa riset penulis menemukan data bahwa usaha sandwich mempunyai peluang untuk dikembangkan, karena jarak beberapa

dari kompetitor yang menjual produk serupa berjauhan di lokasi berjualan dan yang ketiga, karena di lokasi Stadion Maguwoharjo merupakan pusat jajanan yang banyak dikunjungi oleh masyarakat. Sehingga dapat mendukung pengembangan usaha.

Berikut visi dan misi dari Zandwich, yaitu :

Visi :

Menjadi pilihan utama masyarakat dalam menikmati sandwich berkualitas

Misi :

1. Menyajikan sandwich dengan bahan segar dan berkualitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen
2. Mengembangkan variasi menu yang kreatif dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen
3. Memberikan pelayanan cepat dan ramah untuk kepuasan konsumen.

Bisnis Zandwich beroperasi di Jenengan Maguwoharjo, Depok, Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Yang tepatnya berada di timur tugu elang Stadion Maguwoharjo di seberang palang RSUAD. Dalam pelaksanaan perintisan bisnis, penulis memiliki tim terdiri dari tiga anggota yang memiliki tanggung jawab terhadap tugas masing-masing :

1. Aliyah Nabilatul Bahirah : Pemasaran
2. Finda Nurulita Ananda : Produksi
3. Cholifatun Rosida : Keuangan dan Riset

B. Pelaksanaan Bisnis

Adapun laporan dan analisis pelaksanaan perintisan bisnis Zandwich mencakup periode dari tanggal 11 Juni 2025 hingga 22

September 2025. Berikut analisa dalam pelaksanaan dan tinjauan dari beberapa aspek :

1. Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia

Zandwich terdiri dari 3 anggota tim yang masing-masing memiliki tugas untuk dijalankan. Yang dimana setiap bidang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Dalam bisnis ini, penulis menjadi bidang pemasaran yang memiliki program kerja antara lain :

a. Membangun brand produk agar dikenal secara luas, baik di online maupun offline
    1. Menentukan nama *brand*
    2. Membuat desain logo *brand*
    3. Melakukan foto dan video untuk konten di sosial media
    4. Mengedit foto dan video untuk kebutuhan sosial media Instagram dan Tiktok

b. Membuat kelengkapan terhadap fitur penjualan untuk pemasaran online dan offline.
    1. Membuat akun sosial media Instagram, Tiktok, dan Whatsapp
    2. Membuat akun *online food delivery* seperti Go Food dan Grab Food
    3. Melakukan pemasaran secara *offline*

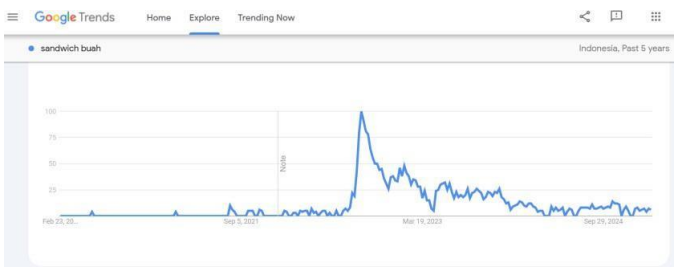
c. Melakukan pengembangan dalam pemasaran bersama bagian riset
    1. Memasang *ads* di Tiktok
    2. Melakukan *endorsement* dengan influencer di Instagram dan Tiktok
    3. Mengikuti *Campaign promo* di akun *marketplace*

2. Tinjauan Aspek Pemasaran

Langkah awal sebelum memulai pemasaran, penulis merencanakan program bisnis serta target yang diharapkan.

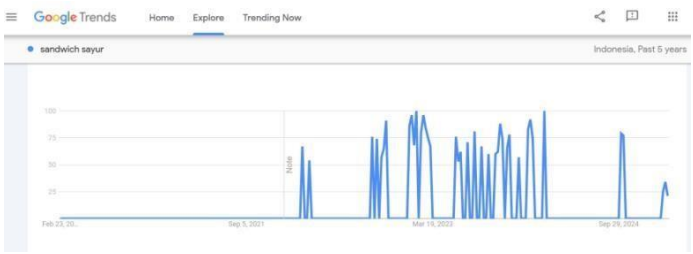
No.	Program Kerja	*Key Performance Indicator* (KPI)
1.	Melakukan riset pada survey pasar	Untuk mengetahui seberapa minat beli konsumen terhadap Sandwich Buah
2.	Pembuatan logo dan desain kemasan	Sebagai bentuk tanda pengenal pada bisnis untuk peningkatan citra brand yang baik serta penjelasan yang bermanfaat
3.	Mengontrol dan mendesain akun media social serta marketplace	Dengan adanya media sosial yang dapat menarik minat beli konsumen serta memudahkan konsumen untuk belanja melalui marketplace
4.	Pembuatan konten pemasaran serta pengenalan brand via sosmed dan marketplace	Pembuatan konten vidio sebagai pengenalan produk dan penjelasan terhadap kandungan pada

		produk tersebut
5.	Menentukan alokasi biaya pemasaran bersama bidang keuangan	Sebagai perencanaan biaya untuk dapat mengatur pengelolaannya agar tidak salah ketika menentukan program dalam penentuan biaya terhadap penggunaan uang untuk program pemasaran



Gambar 2. 2 Google Trends Sandwich Buah Tahun 2021-2025

Dilihat dari grafik minat konsumen dari penelusuran sandwich buah yang ada di google trends menunjukkan minat konsumen atas sandwich buah pada tahun 2021-2025 menunjukkan grafik pada bulan November tahun 2021 – Desember 2024 pada tingkat grafik diangka 85% ke 15%.



Gambar 2. 3 Google Trends Sandwich Sayur Tahun 2020-2025

Dilihat dari grafik minat konsumen dari penelusuran sandwich sayur yang ada di google trends menunjukkan minat konsumen atas sandwich sayur pada tahun 2021-2025 menunjukkan grafik pada bulan Januari tahun 2023 – Januari 2025 pada tingkat grafik diangka 75% ke 25%.

a. Menentukan Nama Bisnis

Nama brand Zandwich, yang merupakan gabungan dari kata “Sandwich” dengan huruf “Z” berkaitan dengan Generasi Z (Gen Z) yang memberikan kesan unik dan autentik.

b. Membuat Desain Logo Bisnis

Gambar 2. 4 Logo Zandwich

Pada desain warna penulis memilih terhadap beberapa warna yang terdapat dalam logo Zandwich, yang merupakan gabungan dari perpaduan visual yang ceria, kreatif, unik, dan penuh eksperi. Karena kombinasi warna dan bentuk pada desain menjadi faktor dalam menciptakan daya tarik dan membedakan dengan produk di pasar. Selain itu, juga menjadi sarana komunikasi mengekspresikan karakter produk dan membangun dan membangun identitas merek (Sylvia et al., 2025).

c. Melakukan Foto dan Video

Gambar 2.5 Melakukan Foto dan Video

Dalam program kerja penulis, melakukan foto seminggu sekali dan pembuatan video konten dua – tiga hari dalam seminggu, dengan tujuan agar dapat memiliki stok konten untuk kebutuhan media sosial bisnis penulis.

d. Mengedit Foto dan Video

Gambar 2.6 Mengedit Foto dan Video Produk

Dalam program kerja penulis, melakukan kegiatan pengeditan foto dan video sangat diperlukan untuk di unggah ke media sosial agar dapat lebih menarik minat konsumen.

e. Membuat Akun Sosial Media

Penulis membuat akun sosial media sebagai penunjang untuk kebutuhan promosi, diantaranya :

1. Whatsapp

WhatsApp merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh pebisnis atau perorangan sebagai alat komunikasi. Dan tujuan dari penggunaan media sosial tersebut, dapat memudahkan interaksi dengan konsumen secara langsung dalam pelayanan untuk pertanyaan ataupun saran dan yang lainnya. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam sistem layanan yang tersedia.

Gambar 2.7 WhatsApp

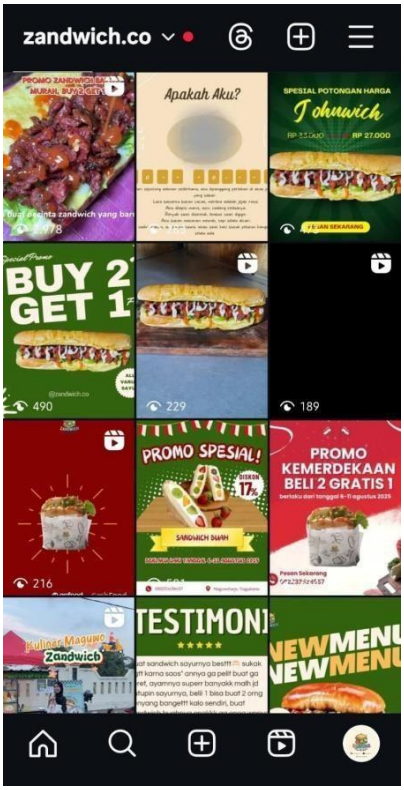
2. Instagram

Instagram merupakan media sosial yang sangat populer saat ini, aplikasi ini digunakan untuk berbagi foto dan video. Selain itu, aplikasi ini bisa digunakan untuk mengunggah foto dan video, menulis caption dan yang lainnya. Intagram adalah tempat untuk berkoneksi dengan orang lain lewat foto dan video untuk sekedar berbagi momen atau bahkan digunakan untuk berjualan dan promosi. Instagram sebagai media sosial yang paling banyak dan di nilai paling efektif sebagai sarana promosi di media sosial, karena aplikasi ini juga mempunyai fitur yang bisa dimanfaatkan untuk media promosi online. Dan aplikasi ini juga sebagai penunjang dalam media bisnis untuk peningkatan penjualan (Siti Aisyah et al., 2023)

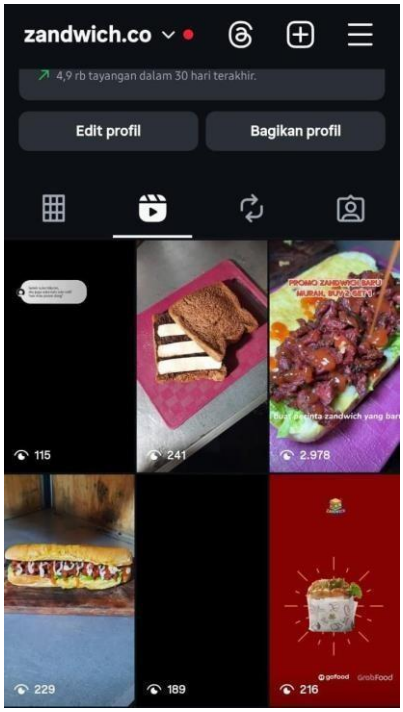
Bisnis Zandwich memiliki *followers* 54 dan *following* 47 dengan unggahan *feed* sebanyak 29 postingan. Pemanfaatan dalam fitur Instagram masih kurang efektif dalam unggahan postingan, karena *platform* media sosial yang paling sering diguanakan melalui aplikasi Tiktok. Sehingga kurang maksimal dalam pengaplikasian pada media sosial Instagram.

Gambar 2.8 Insight Instagram

Gambar 2.9 Profil Instagram

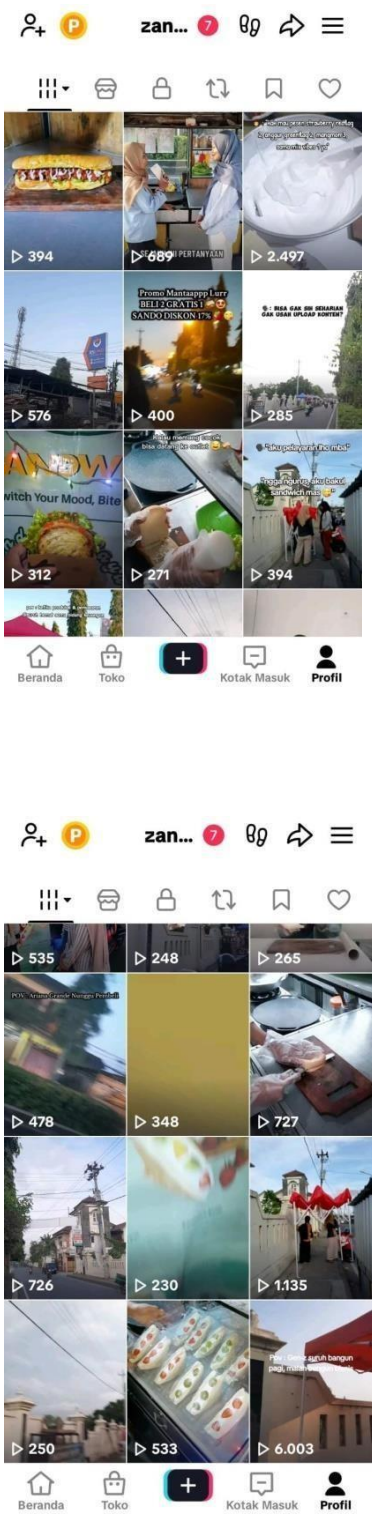


Gambar 2.10 Feed Instagram



Gambar 2.11 Reels Instagram

3. Tiktok



Gambar 2.12 Tiktok

Tiktok adalah sebuah *platform* media sosial yang sangat popular saat ini. Sebagai media sosial platform ini dirancanng untuk hiburan,kreativitas, dan interaksi sosial. Bukan hanya sebagai alat untuk berbagi video, Tiktok juga dapat menggabungkan elemen musik, efek visual dan yang lainnya. Dengan tingginya jumlah pengguna Tiktok, maka *platform* ini menawarkan bentuk dalam promosi yang efektif untuk menarik perhatian pelanggan.

Adapun beberapa strategi pemasaran yang dapat diterapkan di Tiktok, meliputi :

a. Menggunakan Hastag

   Dalam penggunaan Hastag, memudahkan konsumen terhadap bentuk konten yang dicari, baik itu terhadap topik, peristiwa, atau produk. Penggunaan hastag menjadi penanda dalam kebutuhan dan keinginan terhadap pencarian konsumen.

b. Mengikuti Perkembangan Tren

   Strategi pemasaran dalam mengikuti perkembangan tren, merupakan cara dalam pembuatan konten yang relevan dengan mengikuti konten yang sedang tren sebgaai bentuk dengan mengaitkan berbagai momen dalam pembuatan konten, agar terlihat lebih menarik

c. Bekerja sama dengan *influencer*

   Melakukan kolaborasi dengan *influencer* yang memiiki banyak pengikut dan sedang popular dikalangan masyarakat, guna untuk

meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dalam mempromosikan produk di Tiktok.

d. Memberikan deskripsi yang jelas

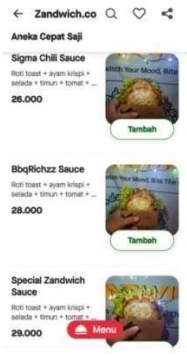
Selain pembuatan konten yang menarik, tentunya juga membuat deskripsi terhadap konten yang jelas. Tujuannya agar informasi yang didapatkan oleh konsumen sesuai dengan produk yang ditawarkan. Hal ini, menjadi salah satu faktor untuk mempromosikan produk, yang bukan hanya di promosikan melalui konten tapi juga deskripsi yang jelas dalam informasi.

e. Sering mengunggah video dan melakukan iklan. Kegiatan dalam mengunggah video dan disertai dengan iklan, merupakan hal yang dapat meningkatakan visibilitas terhadap *platform* dalam penggunaan media sosial.

f. Membuat Akun Layanan Pembelian Online

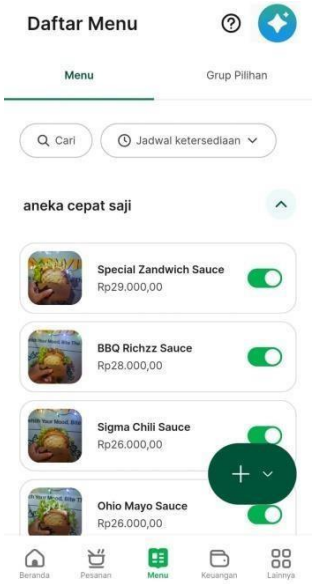
Selain layanan pembelian offline, penulis juga menyediakan sistem layanan pembelian online untuk memudahkan konsumen melakukan pembelian online, diantaranya:

1. Go Food



Gambar 2.13 Go Food

2. Grab Food



Gambar 2.14 Grab Food

Layanan pembelian makanan secara online, merupakan salah satu strategi pemasaran yang banyak dilakukan oleh pelaku usaha kuliner. Dari beberapa layanan yang tersedia, Go Food menjadi pilihan penulis untuk dijadikan layanan pembelian online. Selain itu, layanan Go Food juga memberikan beberapa promo potongan harga, voucher, Go Food Hemat, dan yang lainnya. Bahkan bukan hanya itu, penulis juga mengikuti campaign promo Go Food sampai diskon 45%. Hal ini dapat membantu dalam peningkatan penjualan melalui pemanfaatan teknologi untuk perkembangan ekonomi digital untuk memperluas jaringan pasar (Istiqomah, 2023).

g. Melakukan *Adsense* Tiktok

Adsense digunakan untuk membantu bisnis dalam menjangkau banyak nya audiens untuk meningkatkan *engagement* di media sosial Tiktok, dalam membangun interaksi dengan audiens melalui konten yang di unggah di media sosial dengan menggunakan iklan di Tiktok. Selian itu, Tiktok *ads* juga mendukung sebagai metode periklanan retargeting yang menunjukkan minat terhadap produk maupun jasa.

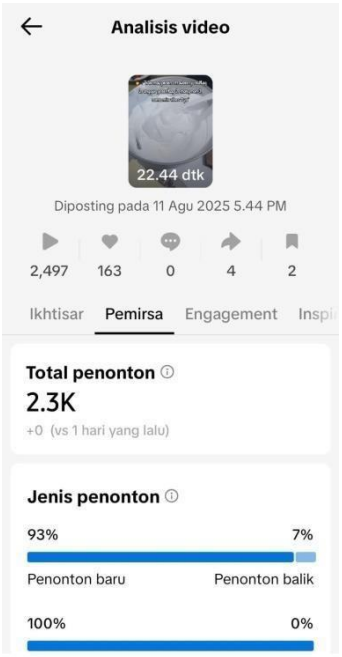
Zandwich telah melakukan *adsense* sebanyak tiga kali, dan masing-masing dilakukan selama 1 hari yang dikenakan biaya Rp 33.300,- dengan *adsense* pertama memiliki 727 *viewers*, *adsense* kedua memiliki 2.497 *viewers* dan *adsense* ketiga 6.003 *viewers*.

Gambar 2.15 Ads Tiktok 1 kali

Gambar diatas menunjukkan hasil *insight* dari *ads* pertama di Tiktok. Berdasarkan *insight,* konten hasil *ads* tersebut disukai oleh 39 orang, dibagikan sebanyak 4 kali, disimpan sebanyak 1 kali, yang mengikuti akun sebanyak 3 orang. Dan total tayangan mencapai 727.

Evaluasi terhadap iklan pertama di Tiktok menunjukkan performa yang cukup baik, karena kontennya berhasi menarik perhatian *audiens* dengan jumlah tayangan yang cukup besar dimana banyak orang yang merespon positif seperti menyukai, berbagi, menyimpan. Hal ini menunjukkan bahwa konten tersebut berhasil menarik perhatian orang baru untuk mengikuti akun Tiktok. Dampak dari biaya iklan ini sebesar Rp. 33.300 dalam sehari cukup terjangkau jika dibandingkan dengan hasil interaksi dan tambahan pengikut yang diperoleh, sehingga memberikan nilai yang cukup baik. Dengan pengeluaran tersebut, iklan ini mampu mencapai target *audiens* yang lebih luas tanpa membutuhkan biaya tambahan yang berlebihan dalam anggaran pemasaran.

Hasil evaluasi terhadap upaya pemasaran melalui iklan Tiktok pertama ini sangat efektif digunakan, karena berhasil menciptakan *engagement* yang positif dan menambah pengikut baru. Meskipun demikian, penulis tetap menerapkan peningkatan terhadap interaksi yang lebih tingggi dengan *audiens* melalui unggahan konten dengan mengikuti tren agar menghasilkan dampak yang lebih besar terhadap peningkatan pejualan.



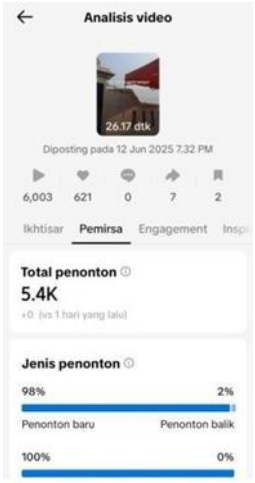
Gambar 2.16 Ads Tiktok 2 kali

Gambar diatas menunjukkan hasil *insight* dari *ads* kedua di Tiktok. Berdasarkan *insight,* konten hasil *ads* tersebut disukai oleh 163 orang, dibagikan sebanyak 4 kali, disimpan sebanyak 2 kali. Dan total tayangan mencapai 2.497.

Evaluasi terhadap iklan kedua di Tiktok menunjukkan bahwa performa nya cukup menarik dan berhasil menarik perhatian banyak orang dengan jumlah tayangan yang lumayan besar seperti menyukai, membagikan, serta simpan menunjukkan bahwa konten tersebut terlibat secara aktif. Dengan demikian, strategi iklan di Tiktok ini efektif digunakan dalam membangun kesadaran merek terhadap produk dalam meningkatkan penjualan. Dampak terhadap biaya iklan yang dikeluarkan di Tiktok sebesar Rp.33.300 dalam sehari, menurut penulis cukup terjangkau karena tayangan yang diperoleh sebanding dengan pengeluarannya. Hal ini, menunjukkan bahwa tayangan pada konten tersebut tidak

membebani anggaran terlalu berat, sehingga dapat dilakukan pengulangan untuk iklan di Tiktok tanpa risiko keuangan yang tinggi.

Hasil evaluasi terhadap upaya pemasaran untuk iklan kedua di Tiktok ini, menurut penulis efektif digunakan karena memberikan nilai yang positif dan bisa dikembangkan untuk memperluas jangkauan pasar untuk peningkatan penjualan dengan mengunggah konten yang sesuai tren agar menghasilkan dampak yang besar terhadap penjualan.



Gambar 2.17 Ads Tiktok 3 kali

Gambar diatas menunjukkan hasil *insight* dari *ads* ketiga di Tiktok. Berdasarkan *insight,* konten hasil *ads* tersebut disukai oleh 621 orang, dibagikan sebanyak 7 kali, disimpan sebanyak 2 kali. Dan total tayangan mencapai 6.003.

Berdasarkan hasil *ads* tersebut, penulis berpendapat bahwa iklan di Tiktok sangat efektif digunakan untuk meningkatkan *engagement* dan dapat menjangkau lebih banyak konsumen.

Evaluasi terhadap upaya pemasaran pada iklan ketiga menunjukkan keterlibatan yang cukup baik dengan *audiens*

dengan banyak nya orang yang menyukai, membagikan, dan masih sedkit yang menyimpannya. Meskipun demikian, strategi iklan ini berhasil menarik perhatian *audiens*, akan tetapi masih perlu untuk ditingkatkan agar mencakup banyaknya konsumen untuk peningkatan penjualan dengan memanfaatkan unggahan konten pada media sosial. Dampak dari biaya yang dikeluarkan untuk iklan di Tiktok sebesar Rp.33.300 selama satu hari, menurut penulis masih cukup terjangkau karena masih sebanding dengan jumlah tayangan interaksi yang diperoleh, sehingga tidak terlalu memberatkan anggaran pemasaran. Karena dengan biaya tersebut, iklan berhasil mencapai *audiens* yang cukup luas tanpa harus mengeluarkan dana yang berlebihan dan menjadkannya piihan yang efisien untuk dilakukan kembali.

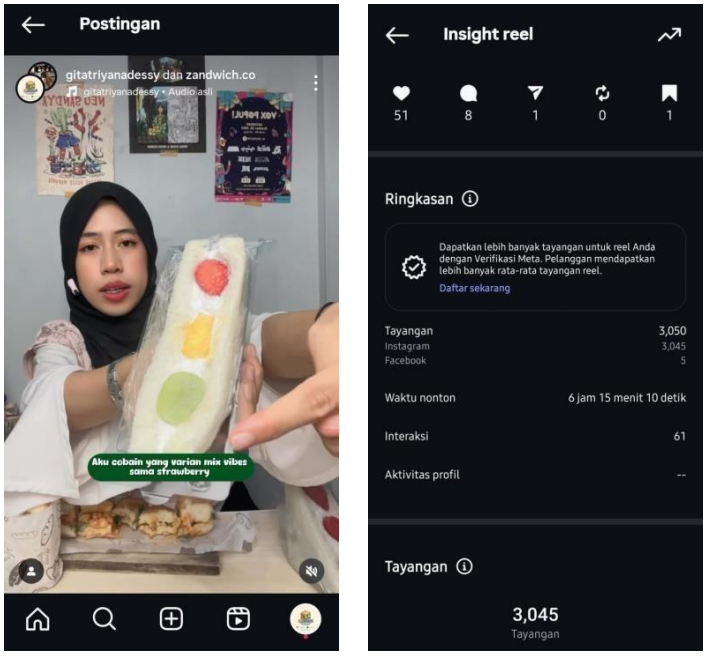
Hasil evaluasi dari upaya pemaasaran untuk iklan ketiga di Tiktok, menurut penulis dapat membangun kesadaran merek, karena konten nya mampu menghaslkan interaksi yang positif dari *audiens*. Meskipun demikian, penulis tetap meningkatkan kreativitas konten untuk mendapatkan target *audiens* yang diinginkan terhadap peningkatan penjualan.

h. Melakukan *Endorsement*

Endorsement digunakan untuk membangun Brand Awareness dalam meningkatkan kredibilitas produk dengan memanfaatkan kepercayaan dan pengaruh *(influence)* untuk mencakup jangkauan pasar yang lebih luas.

Gambar 2. 18 Akun Instagram Gitatriyanadessy

Gambar diatas merupakan akun Instagram milik seorang influncer dengan nama akun "gitatriyanadessy". Influencer gitatriyanadessy memiliki followers 10,4 ribu dan following 2.288.



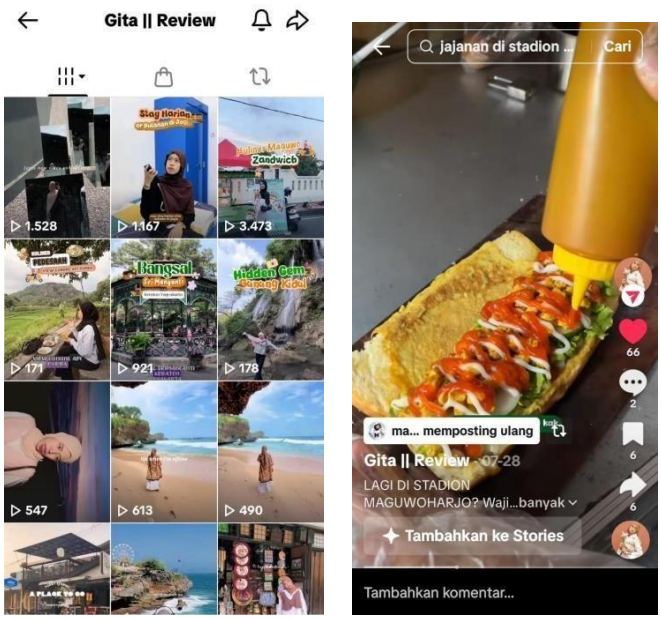
Gambar 2.19 Endorsement Instagram Gitatriyanadessy

Gambar di atas merupakan *review* dari akun Gitatriyanadessy beserta hasil *insight* dari konten yang diunggah di Instagram. Berdasarkan dari hasil *insight* tersebut, bahwa konten disukai oleh 51 orang, dikomentari oleh 8 orang, dibagikan sebanyak 1 kali, disimpan sebanyak 1 kali, dan mendapatkan total tayangan reels mencapai 3,045.

Evaluasi terhadap *endorsement* di Instagram menunjukkan bahwa konten ini masih belum banyak terlibat dengan *audiens*. Meskipun jumlah tayangan nya cukup besar dan begitu pun juga dengan jumlah disukai, komentar, dan dibagikan mendapat respon positif. Menurut penulis perlu nya untuk meningkatkan daya tarik terhadap konten yang di unggah dengan melakukan kolaborasi *endorsement* dengan akun yang terkait dibidang kuliner untuk memaksimalkan hasil *insight* dari unggahan yang diterima guna memperluas

jangkauan pasar serta menarik perhatian konsumen untuk memilih produk tersebut. Dampak dari biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 75.000, menurut penulis memberikan nilai yang cukup baik terhadap jangkauan tayangan yang diperoleh. Dan menurut penulis hal tersebut juga merupakan investasi yang menghasilkan *eksposur* yang signifikan dengan biaya yang tidak terlalu tinggi namun belum banyak nya interaksi yang didapat terhadap audiens, sehingga hal ini belum efektif untuk dilakukan, tapi masih perlu dioptimalkan untuk menghasilkan jangkauan *audiens* untuk terlibat dalam konten tersebut.

Hasil evaluasi terhadap upaya pemasaran melalui *endorsement* di Instagram mendapat respon positif dalam membangun kesadaran merek. Meskipun demikian, hasilnya menunjukkan bahwa strategi ini belum maksimal dalam interaksi dengan *audiens* sehingga perlu untuk meningkatkan kualitas konten dan memilih *influencer* yang tepat dibidang nya untuk memaksimalkan upaya pemasaran agar lebih efektif dalam penjualan.



Gambar 2.20 Endorsement Tiktok Gitatriyanadessy

Gambar di atas merupakan *review* dari akun Gitatriyanadessy beserta hasil *insight* dari konten yang diunggah di Tiktok. Berdasarkan dari hasil insight tersebut, bahwa konten disukai oleh 66 orang, dikomentari oleh 2 orang, dibagikan sebanyak 6 kali, disimpan sebanyak 6 kali, dan mendapatkan total tayangan reels mencapai 3,473.

Dari hasil evaluasi penulis terhadap konten yang diunggah oleh akun *Influencer* Gitatriyanadessy, penulis berpendapat bahwa masih kurangnya *feedback* yang didapat setelah melakukan *endors* bersama akun tersebut, sehingga penulis mencari akun *influence* lain yang berada di bidang nya, untuk dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas. Dampak dari biaya pemasaran untuk *endorsement* sebesar Rp. 75.000 belum signifikan terhadap konten *endors* tersebut, karena hasil nya belum sebanding dengan biaya yang dikeluarkan sehingga belum efisien untuk dilakukan.

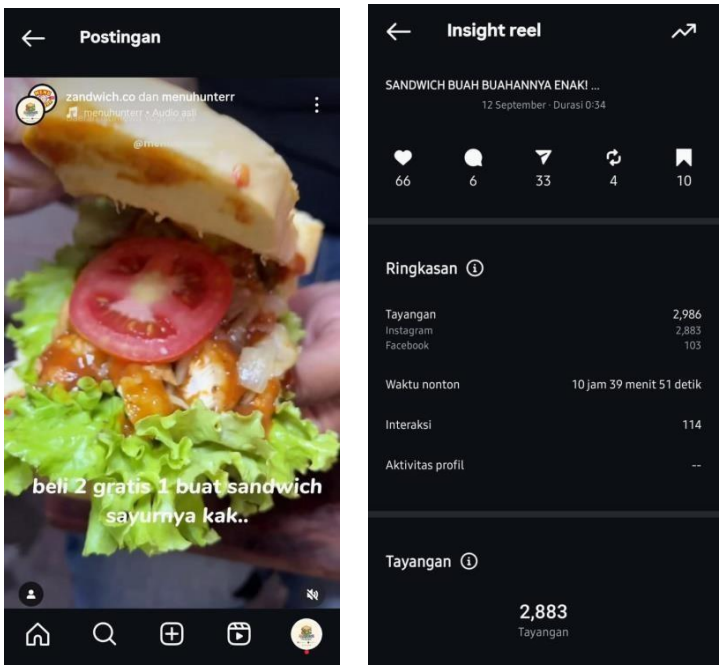
Hasil evaluasi terhadap upaya pemasaran melalui

endorsement di Tiktok memberikan hasil yang efektif namun terbatas dengan interaksi yang belum optimal. Menurut penulis, hal ini bisa dilakukan dengan membuat konten yang lebih kreatif dengan meningkatkan kualitas konten dan menyesuaikan *influencer* yang tepat dibidang nya untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk untuk dapat mencapai pemasaran yang lebih optimal.

Gambar 2.21 Endorsement Instagram Menu Hunter

Gambar diatas merupakan akun Instagram milik "Menu Hunter". Menu Hunter memiliki followers 31,5 ribu dan following 54. Penulis memilih untuk melakukan *endorsemen*t di akun Menu Hunter dengan beberapa alasan:

1. Akun tersebut memiliki 31,5 ribu pengikut, dan tarif yang ditawarkan masih terjangkau yaitu Rp 350.000
2. Konten dari akun Menu Hunter sering muncul di FYP *(For Your Page)*, yang dapat berpotensi menjangkau audiens lebih banyak.



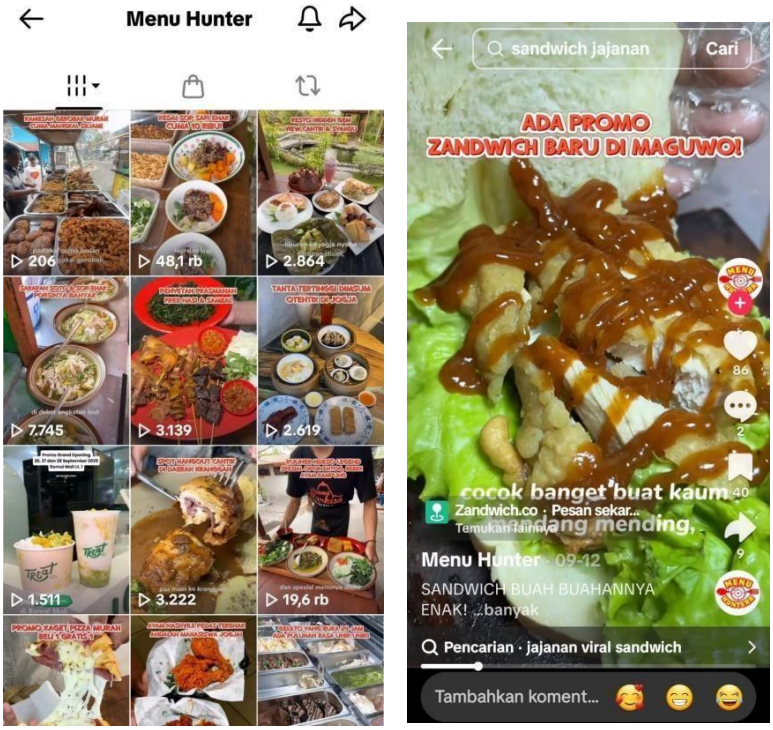
Gambar 2.22 *Endorsement Instagram Menu Hunter*

Gambar di atas merupakan *review* dari akun Menu Hunter beserta hasil *insight* dari konten yang diunggah di Instagram. Berdasarkan dari hasil insight tersebut, bahwa konten disukai oleh 66 orang, dikomentari oleh 6 orang, dibagikan sebanyak 33 kali, disimpan sebanyak 10 kali, dan mendapatkan total tayangan reels mencapai 2,883.

Evaluasi terhadap *endorsement* di Instagram memiliki keterlibatan yang cukup baik dari *audiens,* dengan memiliki jumlah tayangan yang cukup signifikan dengan interaksi seperti suka, komentar, bagikan, serta simpan yang menunjukkan respon yang positif. Dan hal ini berhasil dalam menarik perhatian audiens untuk mencoba produk yang ditawarkan namun belum maksimal. Dampak dari biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp. 350.000 belum cukup efisien terhadap *feedback* yang diterima dalam penjualan produk, sehingga hal ini belum efektif digunakan

untuk *endorsement* kedua di bulan ketiga penjualan.

Hasil evaluasi terhadap upaya pemasaran melalui *endorsement* di Instagram hasilnya menunjukkan bahwa hal ini efektif digunakan untuk menjangkau target *audiens*, namun perlu nya untuk mengoptimalkan hasil tersebut dengan memaksimalkan kualitas konten untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dalam peningkatan penjualan.



Gambar 2.23 Endorsement Tiktok Menu Hunter

Gambar di atas merupakan *review* dari akun Menu Hunter beserta hasil *insight* dari konten yang diunggah di Tiktok. Berdasarkan dari hasil insight tersebut, bahwa konten disukai oleh 86 orang, dikomentari oleh 2 orang, dibagikan sebanyak 9 kali, disimpan sebanyak 40 kali, dan mendapatkan total tayangan reels mencapai 2,063

Evaluasi terhadap *endorsement* di Tiktok menunjukkan tingkat keterlibatan yang cukup rendah dengan jumlah tayangan yang tidak terlalu tinggi dan interaksi seperti suka,

komentar, bagikan, serta simpan masih terbatas, sehingga belum menjangkau audiens secara luas untuk peningkatan penjualan. Dampak dari biaya yang dikeluarkan untuk *endorsement* di Tiktok sebesar Rp. 350.000, menurut penulis melakukan *endorsement* ini belum efekif digunakan karena hasil yang didapat belum sebanding dengan anggaran yang dikeluarkan, sehingga perlu untuk dipertimbangkan ulang strategi tersebut untuk dijalankan dalam peningkatan penjualan.

Hasil evaluasi terhadap upaya pemasaran melalui *endorsement* di Tiktok, menurut penulis belum menghasilkan dampak yang optimal, dengan performa konten yang kurang sehingga perlu nya untuk meningkatkan kualitas konten, dan menyesuaikan keinginan *audiens* untuk meningkatkan *engagement* sebagai ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

i. Pemasaran Offline

Pemasaran offline untuk bisnis Zandwich dilaksanakan setiap hari Senin, Rabu hingga Mingg, mulai tanggal 11 Juni hingga 22 September 2025, pukul 16.00 – 21.30 di Stadion Maguwoharjo (Timur Tugu Elang seberang palang RSUAD).

ZANDWICH
"Switch Your Mood, Bite The Fresh"
LET'S TRY
Sandwich Sayur
Sandwich Buah

ZANDWICH
ORDER NOW
ZANDWICH

Gambar 2.24 Foto Lapak Zandwich

j. Membuat Banner

Banner merupakan media promosi dalam pemasaran offlline yang berperan penting terhadap alat komunikasi

untuk jangkauan yang lebih luas. Banner dirancang untuk menarik perhatian secara visual dan efektif dalam menyampaikan informasi singkat, desain banner yang menarik mampu membuat konsumen tertarik untuk mencoba terhadap produk yang ditawarkan.

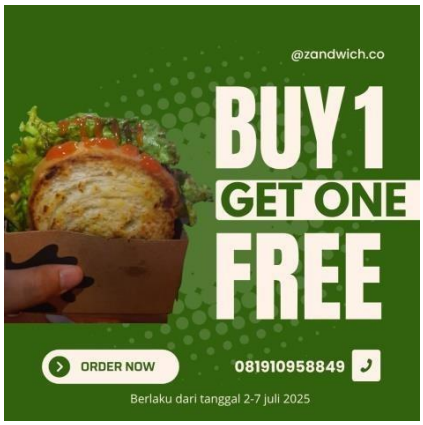
Gambar 2.25 Banner Zandwich

k. Membuat menu

Gambar 2.26 Menu Zandwich

Terdapat 12 menu dalam bisnis Zandwich, yaitu *Sigma Chili Sauce* seharga Rp 19.000, *Ohio Mayo Sauce* seharga Rp. 19.000, *BBQ Richzz Sauce* seharga Rp 19.000 yang merupakan menu *Best Seller*, *Mentai Sauce* seharga Rp 20.000, *Special Zandwich Sauce* seharga Rp 23.000,yang merupakan menu rekomendasi dari sandwich sayur, *Johnwich* seharga Rp 33.000, dan ada juga versi mini dari sandwich sayur seharga Rp 9.000. Selain itu, ada sando menu *Strawberry Redflaq* seharga Rp 12.000, *MangMon (Mangga Gamon)* seharga Rp 14.000 yang merupakan menu *Best Seller Sando*, *Mix Vibes* seharga Rp 17.000, dan Roti Coklat Lumer seharga Rp 9.000.

l. Promosi

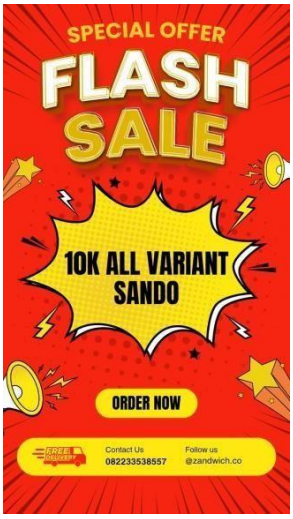

@zandwich.co
BUY 1
GET ONE
FREE
ORDER NOW
081910958849
Berlaku dari tanggal 2-7 juli 2025

ZANDWICH
LIMITED OFFER
Bundling
PROMO
Berlaku dari tanggal 26-30 juni 2025
@zandwich.co

Spesial Promo
DISKON 25%
SANDWICH
SAYUR

DISKON VOUCHER
POTONGAN HARGA RP. 5.000
Syarat & Ketentuan :
1. Tidak dapat digabung dengan promo lainnya
2. Hanya berlaku di hari Rabu sampai Jum'at
3. Masa berlaku kupon dari tanggal 18-20 Juni 2025
Berlaku untuk :
50 orang
*Kupon tidak berlaku jika sudah disobek
POTONGAN
Rp. 5.000
Tanggal Penggunaan :
Nama Kasir :

Special Promo
BUY 2
GET 1 Free
ALL
VARIAN
SAYUR
@zandwich.co


SPECIAL OFFER
FLASH
SALE
10K ALL VARIANT
SANDO
ORDER NOW
Contact Us
082233538557
Follow us
@zandwich.co

PROMO SPESIAL!
DISKON
17%
SANDWICH BUAH
BERLAKU DARI TANGGAL 6-22 AGUSTUS 2025
082233538557
Maguwoharjo, Yogyakarta

PROMO
MERDEKA
13-18 AGUSTUS 2025
DISKON 45%
PESAN SEKARANG: 082233538557

Gambar 2.27 Promosi

Berbagai bentuk promo yang ditawarkan oleh penulis, pada bisnis Zandwich sebagai daya tarik konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan adanya promo tersebut, mampu meningkatkan penjualan, belum lagi promo yang ditawarkan beragam *buy 1 get 1*, promo *bundling*, diskon 25%, diskon vocher potongan samapai Rp. 5.000, *buy 2 get 1*, *flash sale*, promo merdeka diskon 17% - 45 %, dan potongan harga dari Rp 33.000 menjadi Rp. 27.000.

m. Google Maps Zandwich

Gambar 2.28 Google Maps Zandwich

Penulis telah mencantumkan bisnis Zandwich di Google Maps, hasil dari jumlah data interaksi sangat signifikan terhadap pengembangan bisnis. Dalam periode tertentu listing dari bisnis ini telah dilihat sebanyak 355 kali, menghasilkan 129 interaksi pengguna, dan muncul dalam 16 pencarian. Maka dapat dilihat dari data ini, bahwa keberadaan bisnis Zandwich di Google Maps dapat meningkatakan visibilitas dan ketertarikan konsumen terhadap bisnis ini.

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Selama proses pengerjaan tugas akhir bisnis, penulis menemui beberapa permasalahan yang dihadapi dalam proses pelaksanaan, baik itu dari internal maupun eksternal. Berikut beberapa permasalahan yang penulis temui yaitu :

1. Masih minim nya pembelian secara online

   Masih minimnya pembelian secara online, karena ada kendala dalam penggunaan *platform* sehingga kurang maksimal dalam penjualan online, hal ini menjadi penyebab kurang nya konsumen yang mengetahui bahwa Zandwich bisa dipesan secara online. Dan kemungkinan lainnya, juga karena permasalahan harga yang menjadi salah satu faktor dalam penjualan online yang kurang maksmimal untuk dilakukan. Karena jika dilihat dari grafik *food delivey online*, banyak konsumen yang mengunjungi akun *marketplace*, akan tetapi masih minim nya dalam melakukan penjualan online.

2. Tidak dapat membuat konten dalam jumlah yang banyak

   Dikarenakan tim penulis hanya mempunyai tiga anggota, maka pembuatan konten dalam jumlah yang banyak belum dilakukan secara optimal, karena kurangnya sumber daya manusia yang membantu dalam merekam atau membuat konten saat sedang ramai pegunjung. Karena pada saat ramai pegunjung penulis pun ikut andil dalam pembuatan produk, dikarenakan khawatirnya konsumen yang menunggu terlalu lama saat melakukan pembelian.

Hal ini menjadi faktor penyebab kendala dalam pembuatan konten saat ramai pegunjung.

3. Tidak mengaktifkan fitur iklan instagram

   Penulis tidak mengaktifkan fitur iklan di Instagram, karena melihat dari algoritma terhadap iklan di media sosial grafik yang paling menonjol terdapat di fitur Tiktok, sehingga penulis hanya mengaktifkan fitur iklan melalui Tiktok. Meskipun demikian, bukan berarti Instagram kurang efektif dalam pengembangan bisnis melalui iklan. Akan tetapi, penyebab nya karena keterbatasan dana, menjadi salah satu faktor kendala dalam pengaktifan fitur iklan di Instagram. Penulis menguji efektivitas dalam penggunanaan fitur iklan di Tiktok, berdasarkan hasil iklan di Tiktok memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan *engagement* serta membangun kepercayaan konsumen.

B. Tinjauan Teoritis Pemasaran

Penulis akan memaparkan beberapa tinjauan teoritis yang berkaitan dengan identifikasi masalah pada bagian pemasaran untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi laporan bisnis Zandwich. Berikut tinjauan teoritis dalam bidang pemasaran.

1. Definisi Pemasaran

   Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk atau jasa yang bernilai bagi pihak lain (Kotler, 2016).

   Definisi pemasaran menurut *William J Stanton* adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam hal ini ada banyak proses yang dilakukan, tentunya dalam strategi pemasaran seperti penentuan bauran terhadap pemasaran yang mencakup produk, harga, dan juga promosi (Azhari & Ali, 2024).

   Pemasaran merupakan kegiatan terencana atau menyeluruh yang sangat penting dan dibutuhkan oleh suatu perusahaan dalam menjalankan bisnis dengan melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan pasar, yang tujuannya untuk dapat membangun hubungan yang menguntungkan antara brand dengan pelanggan yang menjadi target (Nofiani & Mursid, 2021).

2. Riset Pasar

   Riset pemasaran merupakan hal yang penting untuk dilakukan sebelum memulai atau menjalankan suatu bisnis. Tujuannya untuk mendapatkan data yang akurat, sehingga dapat dijadikan dalam pengambilan keputusan. Dengan melakukan riset pemasaran secara sistematis, dapat mengurangi resiko kegagalan serta mempercepat jangkauan pasar, karena dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Putri et al., 2024).

Selain itu, dalam melakukan riset pemasaran juga dapat membantu usaha untuk meningkatkan inovasi dalam pemasaran, yang nantinya dapat dijadikan untuk pengembangan produk, harga, promosi yang baru, unik dan menarik, yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Riset pemasaran yang melibatkan proses dan metode yang terdiri dari beberapa tahap dilakukan dengan objektif dari metode pengumpulan dan analisis data untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah serta peluang dalam pemasaran. Dengan melibatkan perancangan, pengumpulan, analisis, dan pelaporan data yang akan digunakan dalam peningkatan usaha (Gea et al., 2024).

3. Definisi Iklan *Adsense*

   Periklanan merupakan cara komunikasi yang bisa menyakinkan orang untuk tertarik terhadap produk dan layanan yang diberikan. Hal yang dimanfaatkan dalam periklanan dengan menampilkan *branding*, baik berupa nama ataupun gambar produk agar konsumen dapat mengaitkan dengan produk tertentu. Saat ini, periklanan merupakan hal yang sangat berkembang pesat yang memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha, dan banyak digunakan sehingga dapat membantu mempromosikan serta memperluas jaringan pasar (Luthfi et al., 2022).

4. Definisi *Endorsement*

   Endorsement merupakan metode pemasaran yang berkaitan dengan tokoh yang memiliki pengaruh dikalangan masyarakat. Periklanan merupakan cara alternatif dalam menggunakan strategi yang tepat untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Melalui metode ini, *influencer* dapat membantu dalam membangun citra merek terhadap pengembangan usaha

serta memberi pengaruh dalam peningkatan penjualan produk untuk mencakup jangkauan pasar yang lebih luas (Erlita Khrisinta Dewi & Citra Ayu Nur Kholifah, 2022)

5. Definisi *Online Food Delivery*

   Online Food Delivery merupakan *platform* yang menghubungkan konsumen dengan restoran dalam melakukan pembelian pengantaran online, konsumen dapat malakukan pemesanan makanan melalui aplikasi yang disediakan oleh penyedia layanan. Layanan ini, memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian secara online tanpa datang ke tempat usaha, sehingga mudah diakses oleh konsumen.Selian itu, juga membantu UMKM dalam peningkatan terhadap penjualan dalam memasarkan produk dan memperluas target pasar (Arif Panuntun, 2025).

C. Pemecahan Masalah Pemasaran

Setelah mengetahui berbagai permasalahan yang terdapat dalam bisnis, penulis memberikan solusi terhadap permasalahan yang terjadi, solusinya antara lain :

1. Dalam mengatasi permasalahan terhadap minimnya dalam penjualan online, penulis melakukan upaya untuk lebih memaksimalkan melalui media sosial seperti Instagram dan Tiktok, dengan membuat konten yang relevan dan tren untuk meningkatkan *engagement* serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, penulis juga menggunakan sistem yang dilakukan dalam penjualan online dengan *platform food delivery* digunakan secara berkala dengan mengikuti berbagai *campaign* promo yang tersedia. Tujuannya untuk menarik perhatian pelanggan dalam berbagai promo yang tersedia di dalam *marketplace.*
2. Dalam mengatasi permasalahan terhadap pembuatan konten dalam jumlah yang banyak, penulis membuat stok konten dengan jumlah

konten yang banyak dalam satu hari agar dapat memaksimalkan pembuatan konten untuk setiap harinya. Baik itu stok foto, video maupun yang lainnya agar dapat meminimalisir ketidakefektifan pada pembuatan konten dalam jumlah yang banyak.

3. Dalam mengatasi permasalahan tidak mengaktifkan fitur iklan Instagram, penulis dapat melakukan pengaktifan iklan di Instagram untuk dapat mengoptimalkan pengembangan bisnis secara maksimal melalui fitur iklan Instagram dengan menyiapkan dana dalam jangka waktu minimal satu minggu, untuk melihat efektivitas dalam penggunaan iklan di Instagram. Meskipun demikian, penulis tetap memaksimalkan pengguanan fitur iklan di Tiktok untuk menjangkau lebih banyak audiens dan meningkatkan *engagement* untuk pengembangan usaha.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Zandwich merupakan sebuah usaha kuliner yang berfokus pada penjualan cepat saji yang praktis saat dikonsumsi, oleh masyarakat baik itu pelajar, mahasiswa, maupun pekerja kantoran saat di sore hari. Bisnis Zandwich beroperasi di Jenengan Maguwoharjo, Depok, Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Yang tepatnya berada di timur tugu elang Stadion Maguwoharjo di seberang palang RSUAD. Adapun laporan dan analisis pelaksanaan perintisan bisnis Zandwich mencakup periode dari tanggal 11 Juni 2025 hingga 22 September 2025. Yang mana tim dari Zandwich terdiri dari tiga anggota, dan masing-masing anggota memiliki tugas serta tanggung jawab yang harus dijalankan.

Dalam bisnis ini, penulis berada di bagian pemasaran, yang memiliki tanggung jawab dalam menentukan nama *brand*,membuat desian logo *brand*, melakukan foto dan video untuk konten di media sosial, mengedit foto dan video untuk kebutuhan sosial media Instagram dan Tiktok, membuat akun media sosial Instagram, Tiktok, dan Whatsapp, membuat akun *online food delivery* seperti Go Food dan Grab Food, pemasaran secara offline, melakukan *ads* TikTok, mengikuti *Campaign* promo di Go Food dan melakukan *endorsement* dengan *influencer* di Intagram dan Tiktok.

Alasan penulis dalam memilih bisnis tersebut meliputi beberapa hal dalam pertimbangan, pertama mayoritas masyarakat Indonesia lebih menyukai makanan cepat saji karena lebih praktis saat disajikan, kedua saat melakukan beberapa riset penulis menemukan data bahwa usaha sandwich mempunyai peluang untuk dikembangkan, karena jarak beberapa dari kompetitor yang menjual produk serupa berjauhan di lokasi berjualan

dan yang ketiga, karena di lokasi Stadion Maguwoharjo merupakan pusat jajanan yang banyak dikunjungi oleh masyarakat. Sehingga dapat mendukung pengembangan usaha.

Penulis menjalankan bisnis di bidang makanan yang berlokasi di Stadion Maguwoharjo. Dan berdasarkan pengalaman yang penulis alami, ada beberapa strategi pemasaran yang paling tepat untuk bisnis ini yaitu dengan melakukan iklan di Tiktok, menitipkan produk di beberapa jajanan pasar, melakukan promo diskon untuk setiap produk, mengadakan *flash sale*, dan beberapa promo offline lainnya. Karena strategi ini cukup optimal dalam pengembangan usaha, dibandingkan dengan metode pemasaran dalam *endorsement* yang kurang efektif dilakukan.

Dan berdasarkan hasil iklan *(ads)*, setelah menganalisis dan mengamati algoritma dari akun media sosial, menurut penulis strategi ini sangat efektif digunakan untuk meningkatkan *engagement* dalam pengembangan akun media sosial, selain itu juga dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak untuk peningkatan penjualan. Sedangkan dari hasil *endorsement,* penulis tidak banyak menerima *feedback* dari akun *influencer* gitatriyanadessy dan menu hunter.

B. Saran

Penulis menyarankan saat memulai bisnis di awal, khususnya dalam pemasaran sangat dianjurkan untuk menggunakan fitur iklan, terutama iklan di Tiktok. Karena pengalaman penulis dalam memasang iklan sangat berpengaruh terhadap *engagement* terutama untuk meningkatkan *brand awareness*. Selain fitur iklan *(ads)*, *endorsemenet* juga bisa digunakan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat kredibilatas produk untuk mendapatkan jangkauan pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Arif Panuntun. (2025). Pengaruh Delivery Order Shopeefood, Harga dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Pada Daerah Kabupaten Sleman. *Journal of Sustainability and Science Economics*, *3*(1), 9–16.

Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, *2*(2), 72–81.

Edi Irawan. (2023). Konsep Strategi Word of Mouth Marketing dalam Peningkatan Pengembangan Bisnis: Suatu Tinjauan Literatur. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, *1*(3), 293–303.

Erlita Khrisinta Dewi & Citra Ayu Nur Kholifah. (2022). Fenomena Endorsemet sebagai Tren Media Pemasaran Digital di Indonesia. *Nusantara Hasana Journal*, *1*(10), 152–162.

Gea, F. I., Gea, N. E., Telaumbanua, E., & Zalukhu, Y. (2024). Analisis Strategi Riset Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada UMKM Pasar Yaahowu Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, *4*(3), 1895–1904.

Hedy Syahidah Budiarti, R. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *14*(2), 405–416.

Istiqomah, N. H. (2023). Transformasi Pemasaran Tradisional ke E-Marketing: Tinjauan Literatur Tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital Terhadap daya Saing Pemasaran Bisnis. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, *4*(2), 72–87.

Luthfi, A. H., Hidayatullah, A. R. A., Dewi, N. N., Saputra, I. Y., & Shinta, S. H. (2022). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Implementasi Akad dan Mekanisme Google Adsense dalam Bisnis Iklan. *Az-Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, *13*(2).

Mardikaningsih, R. (2023). Strategi Inovasi dan Pemasaran Media Sosial untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM di Kota Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, *6*(2), 58–67.

Ageng Saepuddin Kanda S, N. H. (Februari 2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi dari Sistem Pemasaran Digital pada Sebuah Perusahaan dalam Penjualan. *Ilmu Ekonomi dan Manajemen,Vol.2*(No.2), 198-208.

Dian lovenia, j. L. (Desember 2023). Analisis Strategi Pemasaran Umkm Toko Buah dalam Menghadapi Persaingan Pasar. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, Vol 1* (No 6), 289-304.

Agung Cornelis Safsafubun, D. R. (6 Juni 2024). Pengaruh Efek Kampanye Iklan Terhadap Keputusan Pembelian dan Kesetiaan Merek. Indonesian *Journal of Economics, Management, and Accounting, Vol.1*(No.6), 606-612.

Mirza Hisyam Budiman, N. M. (6 Juli 2024). Efektivitas Social Media Dalam Membangun Brand Image Perusahaan Trustmedis. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, Vol.1*(No.6), 317-322.

Mochamad Anshori Fadilah, M. R. (1 Juni 2024). Penerapan Strategi Konten Marketing untuk Meningkatkan Brand Awareness dan Brand Interest di Media Sosial. *Jornal of Social and Economics Research, Vol.6*(No.1), 2292-2311.

Indah Wahyu Putri F, S. M. (2022). Strategi Mengelola Hubungan Pelanggan Pada Kajian Business. *Indonesia Sosial Sains, Vol. 3*(No. 1), 44-56.

Rahayu S, M. S. (2021). Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen dan Bisnis, Vol 3* (No. 1), 10-14.

Yuda Syaputra, D. (2021). Konsep Strategi Pemasaran Marketplace Sebagai Penerapan Marketing 4.0. *Jurnal Indonesia Sosial*

Teknologi, *2*(6), 939–952.

Ramadhan, T., & Darmo, I. S. (2020). Pemanfaatan Data Pemasaran Digital Dalam Penentuan Lokasi Geografis Terbaik Untuk Penempatan Iklan Produk. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, *3*(1), 51–64.

M, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran UMKM di Era 4.0. *Ilmiah Ekonomi, Vol. 8*(No.2), 215-224.

Rijal S, S. T. (2023). Peran Keunggulan Kompetitif, Inovasi Produk, dan Jaringan Bisnis terhadap kinerja ekonomi. *Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol.1*(No.3), 173-185.

LAMPIRAN

A. Laporan Realisasi Agenda Kegiatan

Pekan 1	Pekan 2	Pekan 3	Pekan 4
Mengadakan diskusi dengan tim untuk menetapkan prioritas tugas **(1x4 jam = 4 jam)**	Membuat akun resmi instagram dan tiktok **(1x1 jam = 1 jam)**	Membuat dan mengunggah story instagram **(3 x 1 jam = 3 jam)**	Membuat dan mengunggah story instagram **(4 x 1 jam = 4 jam)**
Melakukan diskusi untuk menentukan jenis konten produk yang akan dikembangkan dan jadwal publikasinya **(1x3 jam = 3 jam)**	Melakukan analisis akun sosial media kompetitor lain untuk perbandingan **(1x3 jam = 3 jam)**	Membuat dan mengunggah feed instagram dan tiktok **(2 x 1 jam = 2 jam)**	Membuat dan mengunggah feed instagram dan tiktok **(2 x 1 jam = 2 jam)**
Merancang konsep instastory instagram dan tiktok untuk sneak peek produk **(2x2 jam = 4 jam)**	Mencari ide hashtag yang akan digunakan saat mengunggah konten **(1x3 jam = 3 jam)**	Mengedit foto dan video produk **(2x3 jam = 6 jam)**	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan **(1x4 jam = 4 jam)**
Mengembangkan konten feed instagram dan tiktok untuk pengenalan produk **(1x2 jam = 2 jam)**	Menyebarkan Pamflet secara offline untuk promo vocher **(2x1 jam = 2 jam)**	Membuat evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu **(1x2 jam = 2 jam)**	Membuat evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu **(1x2 jam = 2 jam)**
Mencari ide konten video tiktok untuk sneak peek produk **(1x2 jam = 2 jam)**	Membuat template desain untuk reposting **(1x3 jam = 3 jam)**	Menganalisis konten yang sedang trending di tiktok **(1x2 jam = 2 jam)**	Mencari ide konten untuk feed IG, dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**
Mencari ide caption untuk konten instagram dan tiktok **(1x2 jam= 2 jam)**	Membuat desain untuk promo voucher **(1x2 jam = 2 jam)**	Membuat konten sosial media planner untuk 1 minggu kedepan **(1x3 jam = 3 jam)**	Mencari ide caption untuk feed IG, dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**
Mengidentifikasi lokasi potensial untuk pengambilan foto dan video produk **(2x2 jam = 4 jam)**	Mencari ide caption untuk postingan promo voucher **(1x2 jam = 2 jam)**	Melakukan Live Streaming di tiktok **(1 hari x 2 jam = 2 hari = 4 jam)**	Mencari lokasi untuk take foto dan video produk **(2x2 jam = 4 jam)**
Melakukan survei awal kebutuhan pengambilan foto dan video produk **(2x2 jam = 4 jam)**	Mengunggah story dan feed yang telah dibuat dan dijadwalkan **(30 menit)**	Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk sesi pengambilan foto dan video **(1x2 jam = 2 jam)**	Membalas chat customer di sosial media **(2x2 jam = 4 jam)**
Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk sesi pengambilan foto dan video **(1x2 jam = 2 jam)**	Merancang ide konten untuk tiktok **(1x 4 jam = 4 jam)**	Melakukan survei lokasi untuk pengambilan video produk **(2x2 jam = 4 jam)**	Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk sesi pengambilan foto dan video **(1x2 jam = 2 jam)**
Melakukan take foto produk untuk feed instagram **(1x4 jam = 4 jam)**	Melakukan take foto produk untuk promosi bundling **(1x4 jam = 4 jam)**	Melakukan take foto dan video produk **(1x4 jam = 4 jam)**	Melakukan take foto produk **(1x4 jam = 4 jam)**
Melakukan take video produk untuk reels tiktok dan instastory instagram **(1x4 jam = 4 jam)**	Mengedit foto dan video produk yang belum diunggah **(1x 5 jam = 5 jam)**	Mengedit foto dan video produk untuk feed Ig, dan tiktok 1 minggu kedepan **(2x4 jam = 8 jam)**	Melakukan take video produk **(1x4 jam = 4 jam)**
Mengedit hasil foto dan video produk untuk publikasi instagram dan tiktok **(2x3 jam = 6 jam)**	Membuat sosial media content planner untuk 1 minggu kedepan **(1x4 jam = 4 jam)**	Mengunggah video di tiktok **(30 menit)**	Mengedit foto dan video produk **(2x4 jam = 8 jam)**
Menjadwalkan konten yang akan di upload di instagram dan tiktok **(1x2 jam = 2 jam)**	Mencari ide lokasi alternatif untuk take foto dan video produk **(1x2 jam = 2 jam)**	Mengadakan diskusi dengan tim riset mengenai ads media sosial **(1x4 jam = 4 jam)**	Mengunggah video produk di tiktok **(30 menit)**
Mengunggah foto dan video produk di tiktok dan instagram **(30 menit)**	Melakukan survei kebutuhan pengambilan foto dan video produk **(2x3 jam = 6 jam)**	Memasukkan produk di akun Go-food dan Grabfood **(30 menit)**	Memasang iklan di tiktok **(30 menit)**
Membuat akun review di google maps **(1x1 jam = 1 jam)**	Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk sesi pengambilan foto dan video **(1x2 jam = 2 jam)**		
	Melakukan take foto produk untuk feed instagram dan tiktok **(1x4 jam = 4 jam)**		
	Melakukan take video untuk reels tiktok **(1x4 jam = 4 jam)**		
	Membuat akun gofood, dan grab food **(1x2 jam = 2 jam)**		
50 Jam 30 Menit	**47 Jam 30 menit**	**41 Jam**	**49 Jam**

Pekan 5	Pekan 6	Punishment	Pekan 7	Pekan 8
Membuat dan mengunggah feed instagram dan tiktok **(3 x 1 jam = 3 jam)**	Membuat dan mengunggah story instagram **(4 x 1 jam = 4 jam)**		Membuat dan mengunggah story instagram **(4 x 1 jam = 4 jam)**	Membuat dan mengunggah story instagram **(4 x 1 jam = 4 jam)**
Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan **(1x3 jam = 3 jam)**	Membuat dan mengunggah feed instagram dan tiktok **(3 x 1 jam = 3 jam)**		Membuat dan mengunggah feed instagram tiktok **(2 x 1 jam = 2 jam)**	Membuat dan mengunggah feed instagram dan tiktok **(2 x 1 jam = 2 jam)**
Membuat evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu **(1x2 jam = 2 jam)**	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan **(1x3 jam = 3 jam)**		Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan **(1x3 jam = 3 jam)**	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan **(1x3 jam = 3 jam)**
Mencari ide konten untuk feed IG dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**	Membuat evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu **(1x3 jam = 3 jam)**		Membuat evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu **(1x3 jam = 3 jam)**	Membuat evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu **(1x3 jam = 3 jam)**
Mencari ide caption untuk feed IG dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**	Mencari ide konten untuk feed IG dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**		Melakukan Live Streaming di tiktok **(1 hari x 2 jam = 2 hari = 4 jam)**	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**
Mencari influencer untuk endorsment **(2x2 jam = 4 jam)**	Mencari ide caption untuk feed IG dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**		Mencari ide konten untuk feed IG dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**	Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**
Menghubungi influencer untuk endorsment **(1x1 jam = 1 jam)**	Melakukan endorsment bersama influencer untuk sosial media tiktok **(1x4 jam = 4 jam)**		Mencari ide caption untuk feed IG dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**	Melakukan evaluasi konten setelah melakukan endorsment bersama influencer **(1x2 jam = 2 jam)**
Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk take foto dan video produk **(1x2 jam = 2 jam)**	Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk take foto dan video produk **(1x2 jam = 2 jam)**		Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk take foto dan video produk **(1x2 jam = 2 jam)**	Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk take foto dan video produk **(1x2 jam = 2 jam)**
Melakukan take foto produk **(1x4 jam = 4 jam)**	Melakukan take foto produk untuk promosi **(1x4 jam = 4 jam)**		Melakukan take foto produk **(1x4 jam = 4 jam)**	Melakukan take foto produk **(1x4 jam = 4 jam)**

Melakukan take video produk **(1x4 jam = 4 jam)**	Melakukan take video produk **(1x4 jam = 4 jam)**		Melakukan take video produk **(1x4 jam = 4 jam)**	Melakukan take video produk **(1x4 jam = 4 jam)**
Mengedit foto dan video produk **(2x4 jam = 8 jam)**	Mengedit foto dan video produk **(2x4 jam = 8 jam)**		Mengedit foto dan video produk **(2x4 jam = 8 jam)**	Mengedit foto dan video produk **(2x4 jam = 8 jam)**
Mengunggah video produk di tiktok **(30 menit)**	Mengunggah video produk di tiktok **(30 menit)**		Mengunggah video produk di tiktok **(30 menit)**	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok **(30 menit)**
			Memasang iklan di tiktok **(30 menit)**	
			Memasang promo diskon di platform gofood **(30 menit)**	
37 Jam 30 Menit	**41 Jam 30 Menit**		**41 Jam 30 Menit**	**38 Jam 30 Menit**

Pekan 9	Pekan 10	Pekan 11	Pekan 12
Membuat dan mengunggah story instagram **(5 x 1 jam = 5 jam)**	Membuat dan mengunggah story instagram **(5 x 1 jam = 5 jam)**	Membuat dan mengunggah story instagram **(5 x 1 jam = 5 jam)**	Membuat dan mengunggah story instagram **(5 x 1 jam = 5 jam)**
Membuat dan mengunggah feed instagram dan tiktok **(2 x 1 jam = 2 jam)**	Membuat dan mengunggah feed instagram dan tiktok **(2 x 1 jam = 2 jam)**	Membuat dan mengunggah feed instagram dan tiktok **(2 x 1 jam = 2 jam)**	Membuat dan mengunggah feed instagram dan tiktok **(2 x 1 jam = 2 jam)**
Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan **(1x3 jam = 3 jam)**	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan **(1x3 jam = 3 jam)**	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan **(1x3 jam = 3 jam)**	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan **(1x3 jam = 3 jam)**
Membuat evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu **(1x3 jam = 3 jam)**	Membuat evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu **(1x3 jam = 3 jam)**	Melakukan evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu **(1x3 jam = 3 jam)**	Melakukan evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu **(1x3 jam = 3 jam)**
Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**
Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**	Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**	Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**	Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok **(1x3 jam = 3 jam)**
Memasang iklan vidio di tiktok **(30 menit)**	Melakukan Live Streaming di tiktok **(1 hari x 2 jam = 2 hari = 4 jam)**	Melakukan Live Streaming di tiktok **(1 hari x 2 jam = 2 hari = 4 jam)**	Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk take foto dan video produk **(1x2 jam = 2 jam)**
Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk take foto dan video produk **(1x2 jam = 2 jam)**	Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk take foto dan video produk **(1x2 jam = 2 jam)**	Mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk take foto dan video produk **(1x2 jam = 2 jam)**	Melakukan take foto produk **(1x4 jam = 4 jam)**
Melakukan take foto produk **(1x4 jam = 4 jam)**	Melakukan take foto produk untuk promosi **(1x4 jam = 4 jam)**	Melakukan take foto produk **(1x4 jam = 4 jam)**	Melakukan take video produk **(1x4 jam = 4 jam)**

Melakukan take video produk **(1x4 jam = 4 jam)**	Melakukan take video produk **(1x4 jam = 4 jam)**	Melakukan take video produk **(1x4 jam = 4 jam)**	Mengedit foto dan video produk **(2x4 jam = 8 jam)**
Mengedit foto dan video produk **(2x4 jam = 8 jam)**	Mengedit foto dan video produk **(2x4 jam = 8 jam)**	Mengedit foto dan video produk **(2x4 jam = 8 jam)**	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok **(30 menit)**
Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok **(30 menit)**	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok **(30 menit)**	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok **(30 menit)**	Memasang promo diskon di platform gofood **(30 menit)**
Mencari influencer untuk endorsment **(2x2 jam = 4 jam)**	Melakukan endorsment bersama influencer untuk sosial media instagram dan tiktok **(1x4 jam = 4 jam)**	Memasang promo diskon di platform gofood **(30 menit)**	Melakukan evaluasi konten setelah melakukan endorsment bersama influencer **(1x2 jam = 2 jam)**
Menghubungi influencer untuk endorsment **(1x1 jam = 1 jam)**			
Memasang promo diskon di platform gofood **(30 menit)**			
43 Jam 30 Menit	**45 Jam 30 Menit**	**42 Jam**	**40 Jam**

B. Laporan Kegiatan Mingguan Bagian Pemasaran

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke - 1						
1	11/6/2025		Diskusi bersama tim	Melakukan diskusi dengan tim untuk menetapkan prioritas tugas yang akan dilakukan	4 jam	
2	12/6/2025		Membuat akun instagram dan tiktok	Membuat akun resmi instagram dan tiktok untuk branding di berbagai platform media sosial untuk memperkenalkan brand merek	1 jam	
3	12/6/2025		Analisis akun sosial media kompetitor	Melakukan analisis akun sosial media kompetitor lain untuk perbandingan tampilan konten yang menarik untuk audiens	3 jam	
4	12/6/2025		Menentukan jenis konten yang dikembangkan	Melakukan diskusi untuk menentukan jenis konten produk yang akan dikembangkan dan jadwal publikasinya	3 jam	
5	13/6/2025		Pencarian konten sneak peek	Merancang konsep instastory instagram dengan menggunakan canva dan capcut untuk sneak peek produk	4 jam	
6	13/6/2025		Pengembangan konten	Mengembangkan konten feed instagram dan tiktok untuk sneak peek produk dengan menganalisis dari konten-konten	2 jam	
7	13/6/2025		Pencarian konten-konten viral di TikTok dan Instagram	Mencari ide konten untuk pengembangan sosial media di tiktok dan instagram dengan mengamati konten yang viral	2 jam	
8	14/6/2025		Mencari ide caption untuk konten	Mencari ide caption untuk konten instagram dan tiktok dengan menggunakan gemini ai	2 jam	
9	14/6/2025		Mencari tempat pemotretan yang cocok	Mencari tempat pengambilan foto & video untuk sneak peek produk di pinterest dan google maps	4 jam	
10	14/6/2025		Survei kebutuhan pengambilan foto dan video	Melakukan survei awal kebutuhan pengambilan foto dan video produk untuk melihat lokasi yang cocok dalam pengambilan foto dan vidio	4 jam	
11	14/6/2025		Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	4 jam	
12	15/6/2025		Take foto dan video produk	Melakukan take foto produk untuk feed instagram dengan menggunakan hp, kamera, dan tripod	4 jam	
13	15/6/2025		Membuat akun gofood dan grabfood	Membuat akun Gofood dan Grabfood dengan mengikuti alur dari web resmi dengan mengikuti persyaratan dan prosedur yang ditetapkan oleh akun Gofood dan Grabfood	2 jam	

14	15/6/2025		Editing hasil foto dan vidio	Mengedit hasil foto dan video produk untuk publikasi instagram dan tiktok untuk digunakan sebagai sarana awal peluncuran di media sosial	6 jam	
15	15/6/2025		Unggah foto dan vidio produk	Mengunggah foto dan video produk untuk publikasi di tiktok dan instagram untuk dapat mencakup jangkauan pasar yang lebih luas	30 menit	
16	16/6/2025		Penjadwalan konten upload	Menjadwalkan konten yang akan di upload di instagram dan tiktok, agar dalam penyusunan upload konten lebih	2 jam	
17	16/6/2025		Analisis algoritma tiktok	Mengikuti algoritma tiktok agar fyp dengan aktif di TikTok serta menyimpan	3 jam	
18	16/6/2025		Membuat akun google maps	Membuat akun Google Maps dengan mengikuti alur dari web resmi dengan menyusun beberapa komponen seperti atur jam operasional, pilih tempat lokasi, nama toko dan lain sebagainya	1 jam	
					50 jam 30 menit	

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke - 2						
1	18/6/2025		Membuat desain untuk promo voucher	Membuat template dengan desain yang sudah di simpan dilakukan di aplikasi canva, epic dan instagram	2 jam	
2	18/6/2025		Mencari ide caption untuk promo voucher	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	2 jam	
3	18/6/2025		Mencari hastag yang viral untuk konten	Mencari ide hashtag yang akan digunakan saat mengunggah konten dengan mencari hastag yang viral dan banyak pengguna, agar konten yang kita publikasikan mudah dilihat orang dan meningkatkan engagement	3 jam	
4	18/6/2025		Pembuatan konten plan di TikTok	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	4 jam	
5	18/6/2025		Menyebarkan Pamflet	Menyebarkan pamflet secara offline untuk promo voucher di daerah maguwaharjo serta di depan lapak zandwich untuk branding produk dan meningkatkan penjualan	2 jam	Rp. 27.000
6	19/6/2025		Mengunggah story dan feed di instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed kemudian mengunggah untuk promosi pada media sosial	30 menit	
7	19/6/2025		Merancang ide konten untuk tiktok	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	4 jam	
8	19/6/2025		Membuat template desain reposting instastory	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed untuk digunakan dalam pembuatan desain instastory	3 jam	
9	20/6/2025		Melakukan take foto produk bundling	Melakukan take foto dan vidio produk untuk sneak peak dengan menggunakan hp dan tripod dalam pengambilan foto	4 jam	
10	20/6/2025		Survei kebutuhan pengambilan foto dan video	Melakukan survei awal kebutuhan pengambilan foto dan video produk untuk melihat lokasi yang cocok dalam pengambilan foto dan vidio agar tampilan lebih menarik	6 jam	
11	21/6/2025		Mencari tempat pemotretan yang cocok	Mencari tempat pengambilan foto & video untuk sneak peek produk di pinterest dan google maps	2 jam	

12	21/6/2025		Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	2 jam	
13	21/6/2025		Melakukan take foto untuk kontek sneak	Melakukan take video produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
14	22/6/2025		Melakukan take video untuk konten sneak peek	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
15	23/6/2025		Mengedit foto dan video produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan bantuan aplikasi capcut, canva dan snapseed	5 jam	
					47 jam 30 menit	

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke - 3						
1	25/6/2025		Mengedit foto dan video produk	Mengedit hasil foto dan video produk untuk publikasi instagram dan tiktok untuk digunakan sebagai sarana awal peluncuran di media sosial	6 jam	
2	25/6/2025		Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	3 jam	
3	25/6/2025		Membuat instastory instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	3 jam	
4	26/6/2025		Membuat feed instagram dan tiktok	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	2 jam	
5	26/6/2025		Mencari tempat pemotretan yang cocok	Mencari tempat pengambilan foto & video untuk sneak peek produk di pinterest dan google maps	4 jam	

6	27/6/2025		Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	2 jam	
7	27/6/2025		Melakukan foto dan video untuk sneak peak	Melakukan take foto dan vidio produk untuk sneak peak dengan menggunakan hp dan tripod	4 jam	
8	28/6/2025		Mengedit foto dan video produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	8 jam	
9	28/6/2025		Mengunggah video di tiktok	Mengunggah vidio di tiktok untuk branding produk serta meningkatkan engagement terhadap konten	30 menit	
10	29/6/2025		Menganalisis konten yang sedang trending di tiktok	Melakukan analisis akun sosial media kompetitor lain untuk perbandingan tampilan konten agar lebih menarik dan mengedukasi	2 jam	
11	29/6/2025		Diskusi bersama tim riset mengenai ads media sosial	Melakukan diskusi dengan tim riset untuk mengadakan media sosial ads pada tiktok untuk branding dan dapat mencakup jangkauan pasar yang lebih luas	4 jam	
12	30/6/2025		Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat terkait dan menganalisis konten pada sosial media untuk dapat dijadikan perbaruan pada konten selanjutnya	2 jam	
13	30/6/2025		Memasukkan produk di akun Go-food dan Grabfood	Memasukkan produk di akun Grabfood dan Gofood untuk promosi produk dengan penjualan online	30 menit	
					41 jam	

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke - 4						
1	02/07/2025		Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	4 jam	
2	02/07/2025		Membuat feed instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	2 jam	
3	02/07/2025		Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	4 jam	
4	03/07/2025		Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	3 jam	
5	03/07/2025		Mengunggah vidio di tiktok	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah vidio di tiktok agar lebih menarik	30 menit	

6	03/07/2025		Memasang iklan di tiktok	mencakup jangkauan pasar yang lebih luas, serta dapat meningkatkan branding dan engagement dalam beberapa konten yang di iklan kan di tiktok	30 menit	Rp. 33.300
7	04/07/2025		Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	3 jam	
8	02/07/2025 04/07/2025		Membalas chat customer	Membalas chat customer baik berupa dm, pesan melalui whatsapp ataupun komen di akun tiktok zandwich, menyapa audiens untuk manjalin hubungan yang baik dengan customer dengan memberikan pelayanan yang terbaik	4 jam	
9	05/07/2025		Mencari tempat pemotretan yang cocok	Mencari tempat pengambilan foto & video untuk sneak peek produk di pinterest dan google maps	4 jam	
10	05/07/2025		Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	2 jam	
11	6/7/2025		Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
12	6/7/2025		Melakukan take vidio untuk sneak peak	Melakukan take vidio produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
13	7/7/2025		Mengedit konten foto dan vidio produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	8 jam	
14	03/07/2025 07/07/2025		Melakukan live streaming di tiktok	Melakukan live streaming di tiktok sebagai bentuk promosi produk untuk pengenalan kepada calon customer serta menyapa audiens untuk dapat tetap manjalin hubungan yang baik dengan customer	4 jam	
15	07/07/2025		Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan perbaruan pada konten selanjutnya	2 jam	
					49 jam	

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke - 5						
1	16/07/2025		Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	3 jam	
2	16/07/2025		Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	3 jam	
3	17/07/2025		Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	3 jam	
4	17/07/2025		Mengunggah vidio di tiktok	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah vidio di tiktok agar lebih menarik	30 menit	
5	18/07/2025		Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	3 jam	
6	18/07/2025		Mencari influencer untuk endorsement	Mencari beberapa influencer untuk melakukan endorsment terhadap produk zandwich, di beberapa media sosial seperti instagram dan tiktok dengan mengamati followers dan konten yang dibagikannya	4 jam	
7	19/07/2025		Menghubungi influencer	Menghubungi influencer melalui DM instagram maupun menghubungi melalui Whatshapp untuk melakukan kerjasama pada endorsment produk zandwich	1 jam	
8	19/07/2025		Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	2 jam	
9	20/07/2025		Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
10	20/07/2025		Melakukan take vidio untuk sneak peak	Melakukan take video produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
11	21/07/2025		Mengedit konten foto dan vidio produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	8 jam	
12	21/07/2025		Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan perbaruan pada konten selanjutnya	2 jam	
					37 jam 30 menit	

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke - 6						
1	23/07/2025		Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	4 jam	
2	23/07/2025		Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	3 jam	
3	23/07/2025		Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	3 jam	
4	24/07/2025		Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	3 jam	
5	24/07/2025		Mengunggah vidio di tiktok	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah vidio di tiktok agar lebih menarik	30 menit	
6	25/07/2025		Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	3 jam	
7	25/07/2025		Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	2 jam	
8	26/07/2025		Melakukan take foto untuk promosi promo	Melakukan take foto produk untuk promosi promo dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
9	26/07/2025		Melakukan take foto dan video untuk sneak peak	Melakukan take foto dan video produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
10	27/07/2025		Melakukan endorsment	Melakukan kerjasama dengan influencer untuk endors promosi produk zandwich, dengan promosi melalui media sosial nya seperti instagram, tiktok, dan juga boost	4 jam	Rp. 75.000
11	27/07/2025		Mengedit konten foto dan vidio produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	8 jam	
12	28/07/2025		Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan perbaruan pada konten selanjutnya	2 jam	
					41 jam 30 menit	

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke - 7						
1	06/08/2025		Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	4 jam	
2	6/8/2025		Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	2 jam	
3	6/8/2025		Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	3 jam	
4	7/8/2025		Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	3 jam	
5	7/8/2025		Mengunggah vidio di tiktok	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah vidio di tiktok agar lebih menarik	30 menit	
6	8/8/2025		Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	3 jam	
7	8/8/2025		Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	2 jam	
8	9/8/2025		Melakukan live streaming di tiktok	Melakukan live streaming di tiktok sebagai bentuk promosi produk untuk pengenalan kepada calon customer serta menyapa audiens untuk dapat tetap manjalin hubungan yang baik dengan customer	4 jam	
9	9/8/2025		Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
10	9/8/2025		Melakukan take video untuk sneak peak	Melakukan take video produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
11	10/8/2025		Memasang iklan di tiktok	Memasang iklan di tiktok agar dapat mencakup jangkauan pasar yang lebih luas, serta dapat meningkatkan branding dan engagement dalam beberapa konten yang di iklan kan di tiktok	30 menit	Rp. 33.300
12	10/8/2025		Mengikuti campaign promo di gofood	Mengikuti campaign promo diskon di gofood untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan serta dapat memberikan penawaran terbaik bagi pelanggan setia kami	30 menit	
13	11/8/2025		Mengedit konten foto dan vidio produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	8 jam	
14	11/8/2025		Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan perbaruan pada konten selanjutnya	3 jam	
					41 jam 30 menit	

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke - 8						
1	13/08/2025		Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	4 jam	
2	13/08/2025		Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	2 jam	
3	13/08/2025		Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	3 jam	
4	14/08/2025		Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	3 jam	
5	14/08/2025		Mengunggah vidio di reels ig dan tiktok	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah vidio di reels ig dan tiktok agar lebih menarik	30 menit	
6	15/08/2025		Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	3 jam	
7	15/08/2025		Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	2 jam	
8	16/08/2025		Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
9	16/08/2025		Melakukan take video untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
10	17/08/2025		Mengedit konten foto dan vidio produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	8 jam	
11	18/08/2025		Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan perbaruan pada konten selanjutnya	3 jam	
12	18/08/2025		Evaluasi konten setelah melakukan endorsment	Melakukan evaluasi konten setelah melakukan endors bersama influencer dengan menganalisis engagement baik dari like, komen, maupun share dengan tujuan dapat mengetahui feedback setelah melakukan endorst	2 jam	
					38 jam 30 menit	

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke - 9						
1	27/08/2025		Mencari influencer untuk endorsement	Mencari beberapa influencer untuk melakukan endorsment terhadap produk zandwich, di beberapa media sosial seperti instagram dan tiktok dengan mengamati followers dan konten yang dibagikannya	4 jam	
2	27/08/2025		Menghubungi influencer	Menghubungi influencer melalui DM instagram maupun menghubungi melalui Whatshapp dan Email untuk melakukan kerjasama pada endorsment produk zandwich	1 jam	
3	27/08/2025		Mengikuti campaign promo di gofood	Mengikuti campaign promo diskon di gofood untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan serta dapat memberikan penawaran terbaik bagi pelanggan setia kami	30 menit	
4	27/08/2025		Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	5 jam	
5	27/08/2025		Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	2 jam	
6	27/08/2025		Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	3 jam	
7	28/08/2025		Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	3 jam	
8	28/08/2025		Mengunggah vidio di reels ig dan tiktok	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah vidio di reels ig dan tiktok agar lebih menarik	30 menit	
9	29/08/2025		Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	3 jam	
10	29/08/2025		Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	2 jam	
11	30/08/2025		Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
12	30/08/2025		Melakukan take video untuk sneak peak	Melakukan take video produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
13	31/08/2025		Mengedit konten foto dan vidio produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	8 jam	
14	01/09/2025		Memasang iklan di tiktok	Memasang iklan di tiktok agar dapat mencakup jangkauan pasar yang lebih luas, serta dapat meningkatkan branding dan engagement dalam beberapa konten yang di iklan kan di tiktok	30 menit	Rp. 33.300
15	01/09/2025		Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan perbaruan pada konten selanjutnya	3 jam	
					43 jam 30 menit	

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke - 10						
1	3/9/2025		Melakukan endorsment	Melakukan kerjasama dengan influencer untuk endors promosi produk zandwich, dengan promosi melalui media sosial nya seperti instagram, tiktok, dan juga youtube	4 jam	Rp. 350.000
2	3/9/2025		Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	5 jam	
3	3/9/2025		Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	2 jam	
4	3/9/2025		Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	3 jam	
5	4/9/2025		Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	3 jam	
6	4/9/2025		Mengunggah vidio di reels ig dan tiktok	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah vidio di reels ig dan tiktok agar lebih menarik	30 menit	
7	5/9/2025		Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	3 jam	
8	5/9/2025		Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	2 jam	
9	6/9/2025		Melakukan take foto untuk promosi	Melakukan take foto produk untuk promosi dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
10	6/9/2025		Melakukan take foto dan video untuk sneak peak	Melakukan take foto dan video produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	

11	07/09/2025		Mengedit konten foto dan vidio produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	8 jam	
12	04/09/2025 08/09/2025		Melakukan live streaming di tiktok	Melakukan live streaming di tiktok sebagai bentuk promosi produk untuk pengenalan kepada calon customer serta menyapa audiens untuk dapat tetap manjalin hubungan yang baik dengan customer	4 jam	
13	08/09/2025		Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan perbaruan pada konten selanjutnya	3 jam	
					45 jam 30 menit	

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke - 11						
1	10/09/2025		Mengikuti campaign promo di gofood	Mengikuti campaign promo diskon di gofood untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan serta dapat memberikan penawaran terbaik bagi pelanggan setia kami	30 menit	
2	10/09/2025		Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	5 jam	
3	10/09/2025		Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	2 jam	
4	10/09/2025		Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	3 jam	
5	11/09/2025		Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	3 jam	
6	11/09/2025		Mengunggah vidio di reels ig dan tiktok	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah vidio di reels ig dan tiktok agar lebih menarik	30 menit	
7	12/09/2025		Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	3 jam	
8	12/09/2025		Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	2 jam	
9	13/09/2025		Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peak dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
10	13/09/2025		Melakukan take video untuk sneak peak	Melakukan take video produk untuk sneak peak dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	

11	14/09/2025		Mengedit konten foto dan vidio produk	Mengedit foto dan video dokumentasi sneak peak yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	8 jam	
12	11/09/2025 15/09/2025		Melakukan live streaming di tiktok	Melakukan live streaming di tiktok sebagai bentuk promosi produk untuk pengenalan kepada calon customer serta menyapa audiens untuk dapat tetap manjalin hubungan yang baik dengan	4 jam	
13	15/09/2025		Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan perbaruan pada konten selanjutnya	3 jam	
					42 jam	

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke - 12						
1	17/09/2025		Mengikuti campaign promo di gofood	Mengikuti campaign promo diskon di gofood untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan serta dapat memberikan penawaran terbaik bagi pelanggan setia kami	30 menit	
2	17/09/2025		Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	5 jam	
3	17/09/2025		Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	2 jam	
4	17/09/2025		Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	3 jam	
5	18/09/2025		Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	3 jam	
6	18/09/2025		Mengunggah vidio di reels ig dan tiktok	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah vidio di reels ig dan tiktok agar lebih menarik	30 menit	
7	19/09/2025		Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	3 jam	
8	19/09/2025		Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	2 jam	
9	20/09/2025		Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peak dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	
10	20/09/2025		Melakukan take video untuk sneak peak	Melakukan take video produk untuk sneak peak dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	4 jam	

11	21/09/2025		Mengedit konten foto dan vidio produk	Mengedit foto dan video dokumentasi sneak peak yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	8 jam	
12	22/09/2025		Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan perbaruan pada konten selanjutnya	3 jam	
13	22/09/2025		Evaluasi konten setelah melakukan endorsment	Melakukan evaluasi konten setelah melakukan endors bersama influencer dengan menganalisis engagement baik dari like, komen, maupun share dengan tujuan dapat mengetahui feedback setelah melakukan endorst	2 jam	
					40 jam	

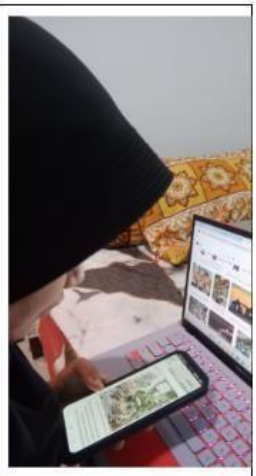
C. Bukti Agenda Kegiatan

PEKAN 1

No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Diskusi bersama tim	Melakukan diskusi dengan tim untuk menetapkan prioritas tugas yang akan dilakukan	
2.	Membuat akun instagram dan tiktok	Membuat akun resmi instagram dan tiktok untuk branding di berbagai platform media sosial untuk memperkenalkan brand merek	

3.	Analisis akun sosial media kompetitor	Melakukan analisis akun sosial media kompetitor lain untuk perbandingan tampilan konten yang menarik untuk audiens	
4.	Menentukan jenis konten yang dikembangkan	Melakukan diskusi untuk menentukan jenis konten produk yang akan dikembangkan dan jadwal publikasinya	

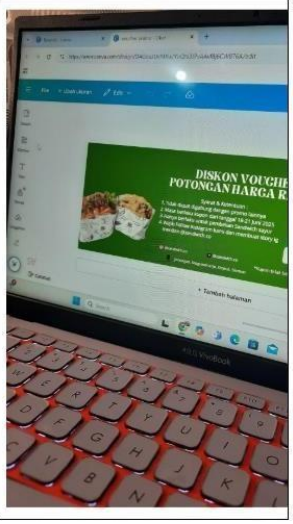
5.	Pencarian konten sneak peak	Merancang konsep instastory instagram dengan menggunakan canva dan capcut untuk sneak peek produk	
6.	Pengembangan konten	Mengembangkan konten feed instagram dan tiktok untuk sneak peek produk dengan menganalisis dari konten-konten lain	
7.	Pencarian konten-konten viral di tiktok dan instagram	Mencari ide konten untuk pengembangan sosial media di tiktok dan instagram dengan mengamati konten yang viral untuk bisa dimodfikasi	

8.	Mencari ide caption untuk konten	Mencari ide caption untuk konten instagram dan tiktok dengan menggunakan gemini ai	
9.	Mencari tempat pemotretan yang cocok	Mencari tempat pengambilan foto & video untuk sneak peek produk di pinterest dan google maps	
10.	Survei kebutuhan pengambilan foto dan video	Melakukan survei awal kebutuhan pengambilan foto dan video produk untuk melihat lokasi yang cocok dalam pengambilan foto dan vidio	

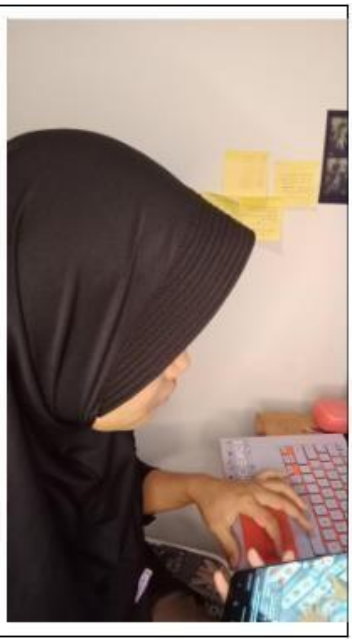
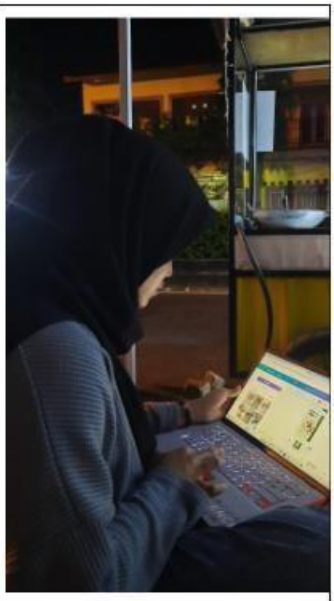
11.	Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	
12.	Take foto dan video produk	Melakukan take foto produk untuk feed instagram dengan menggunakan hp, kamera, dan tripod	
13.	Membuat akun gofood dan grabfood	Membuat akun Gofood dan Grabfood dengan mengikuti alur dari web resmi dengan mengikuti persyaratan dan prosedur yang ditetapkan oleh akun Gofood dan Grabfood	
14.	Editing hasil foto dan video	Mengedit hasil foto dan video produk untuk publikasi instagram dan tiktok untuk digunakan sebagai sarana awal peluncuran di media sosial	
15.	Unggah foto dan video produk	Mengunggah foto dan video produk untuk publikasi di tiktok dan instagram untuk dapat mencakup jangkauan pasar yang lebih luas	

16.	Penjadwalan konten upload	Menjadwalkan konten yang akan di upload di instagram dan tiktok, agar dalam penyusunan upload konten lebih jelas dan teratur	
17.	Analisis algoritma tiktok	Mengikuti algoritma tiktok agar fyp dengan aktif di TikTok serta menyimpan ide-ide konten menarik dan menjaga hubungan baik dengan customer mampu membuat algoritma tiktok meningkat	
18.	Membuat akun google maps	Membuat akun Google Maps dengan mengikuti alur dari web resmi dengan menyusun beberapa komponen seperti atur jam operasional, pilih tempat lokasi, nama toko dan lain sebagainya	

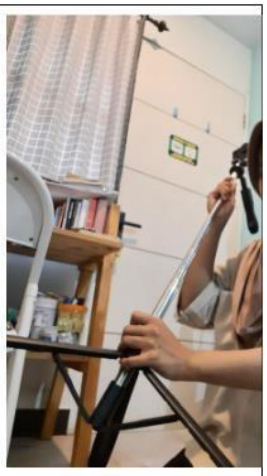
PEKAN 2

No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Membuat desain untuk promo voucher	Membuat template dengan desain yang sudah di simpan dilakukan di aplikasi canva, epic dan instagram	
2.	Mencari ide caption untuk promo voucher	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	
3.	Mencari hashtag yang viral untuk konten	Mencari ide hashtag yang akan digunakan saat mengunggah konten dengan mencari hastag yang viral dan banyak pengguna, agar konten yang kita publikasikan mudah dilihat orang dan meningkatkan engagement	

4.	Pembuatan konten plan di tiktok	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	
5.	Menyebarkan pamflet	Menyebarkan pamflet secara offline untuk promo voucher di daerah maguwaharjo serta di depan lapak zandwich untuk branding produk dan meningkatkan penjualan	
6.	Mengunggah story dan feed di instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed kemudian mengunggah untuk promosi pada media sosial	

7.	Merancang ide konten untuk tiktok	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	
8.	Membuat template desain reposting instastory	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed untuk digunakan dalam pembuatan desain instastory	
9.	Melakukan take foto produk bundling	Melakukan take foto dan video produk untuk sneak peak dengan menggunakan hp dan tripod dalam pengambilan foto	

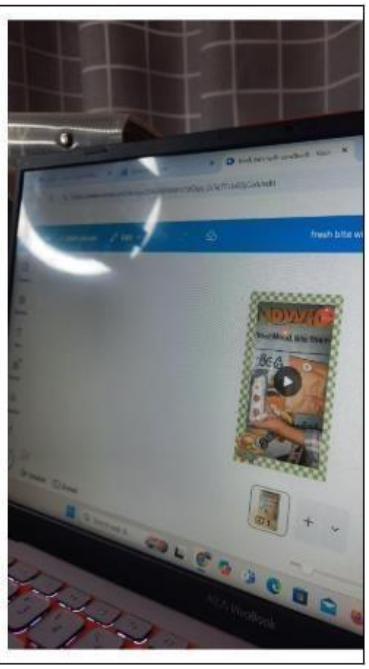
10.	Survei kebutuhan pengambilan foto dan video	Melakukan survei awal kebutuhan pengambilan foto dan video produk untuk melihat lokasi yang cocok dalam pengambilan foto dan video agar tampilan lebih menarik	
11.	Mencari tempat pemotretan yang cocok	Mencari tempat pengambilan foto & video untuk sneak peek produk di pinterest dan google maps	

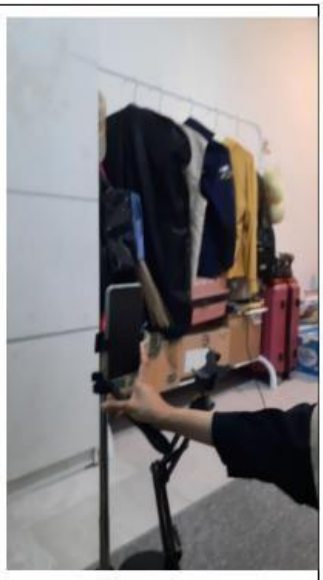
12.	Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	
13.	Melakukan take foto untuk konten sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	

14.	Melakukan take video untuk konten sneak peak	Melakukan take video produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
15.	Mengedit foto dan video produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan bantuan aplikasi capcut, canva dan snapseed	

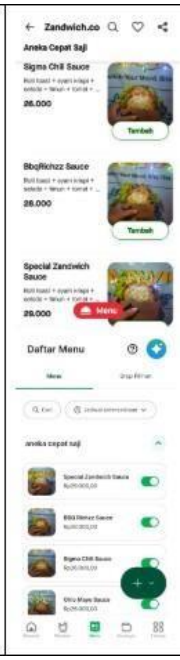
PEKAN 3

No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Mengedit foto dan video produk	Mengedit hasil foto dan video produk untuk publikasi instagram dan tiktok untuk digunakan sebagai sarana awal peluncuran di media sosial	
2.	Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	

3.	Membuat instastory instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
4.	Membuat feed instagram dan tiktok	Membuat template desain yang sudah di simpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	

5.	Mencari tempat pemotretan yang cocok	Mencari tempat pengambilan foto & video untuk sneak peek produk di pinterest dan google maps	
6.	Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	
7.	Melakukan foto dan video untuk sneak peak	Melakukan take foto dan vidio produk untuk sneak peak dengan menggunakan hp dan tripod	

8.	Mengedit foto dan video produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	
9.	Mengunggah video di tiktok	Mengunggah vidio di tiktok untuk branding produk serta meningkatkan engagement terhadap konten	
10.	Menganalisis konten yang sedang trending di tiktok	Melakukan analisis akun sosial media kompetitor lain untuk perbandingan tampilan konten agar lebih menarik dan mengedukasi	

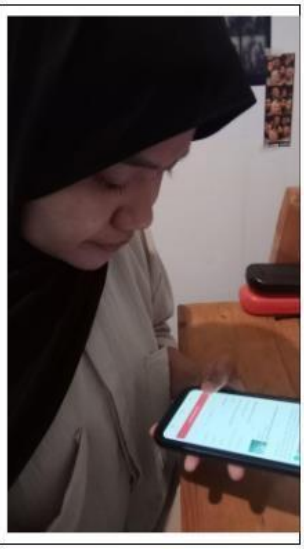
11.	Diskusi bersama tim riset mengenai ads media sosial	Melakukan diskusi dengan tim riset untuk mengadakan media sosial ads pada tiktok untuk branding dan dapat mencakup jangkauan pasar yang lebih luas	
12.	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat terkait dan menganalisis konten pada sosial media untuk dapat dijadikan perbaruan pada konten selanjutnya	
13.	Memasukkan produk di akun gofood dan grabfood	Memasukkan produk di akun Grabfood dan Gofood untuk promosi produk dengan penjualan online	

PEKAN 4

No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
2.	Membuat feed instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	

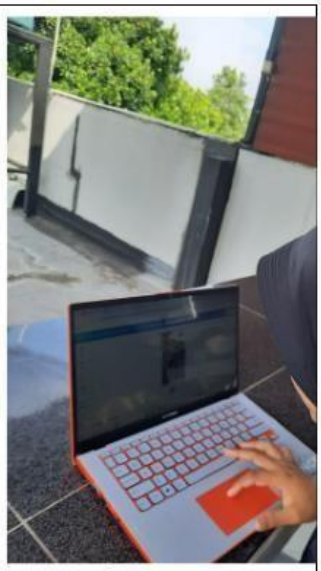
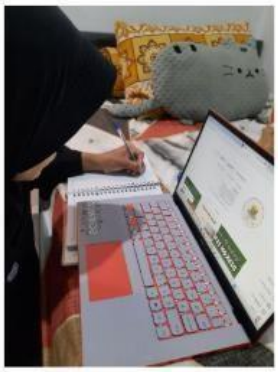
3.	Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	

4.	Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	

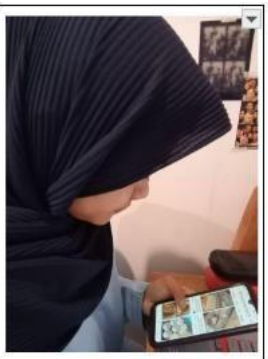
5.	Mengunggah video di tiktok	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah vidio di tiktok agar lebih menarik	
6.	Memasang iklan di tiktok	Memasang iklan di tiktok agar dapat mencakup jangkauan pasar yang lebih luas, serta dapat meningkatkan branding dan engagement dalam beberapa konten yang di iklankan di tiktok	
7.	Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	

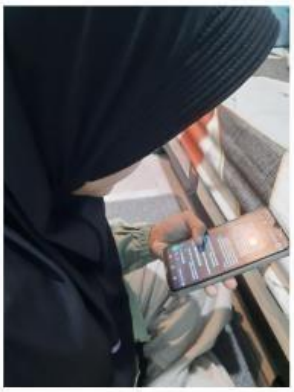
8.	Membalas chat customer	Membalas chat customer baik berupa dm, pesan melalui whatsapp ataupun komen di akun tiktok zandwich, menyapa audiens untuk menjalin hubungan yang baik dengan customer dengan memberikan pelayanan yang terbaik	
9.	Mencari tempat pemotretan yang cocok	Mencari tempat pengambilan foto & video untuk sneak peek produk di pinterest dan google maps	
10.	Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	

11.	Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
12.	Melakukan take video untuk sneak peak	Melakukan take vidio produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	

13.	Mengedit konten foto dan video produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	
14.	Melakukan live streaming di tiktok	Melakukan live streaming di tiktok sebagai bentuk promosi produk untuk pengenalan kepada calon customer serta menyapa audiens untuk dapat tetap menjalin hubungan yang baik dengan customer	
15.	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan pembaruan pada konten selanjutnya	

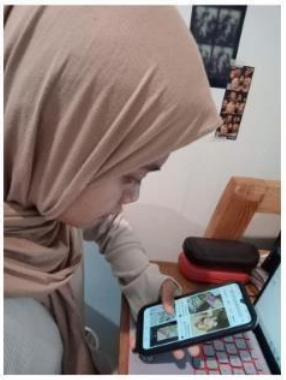
PEKAN 5

No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
2.	Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	
3.	Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	
4.	Mengunggah video di tiktok	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah video di tiktok agar lebih menarik	

5.	Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	
6.	Mencari influencer untuk endorsement	Mencari beberapa influencer untuk melakukan endorsement terhadap produk zandwich, di beberapa media sosial seperti instagram dan tiktok dengan mengamati followers dan konten yang dibagikannya	
7.	Menghubungi influencer	Menghubungi influencer melalui DM instagram maupun menghubungi melalui Whatsapp untuk melakukan kerjasama pada endorsement produk zandwich	
8.	Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	

9.	Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
10.	Melakukan take video untuk sneak peak	Melakukan take video produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
11.	Mengedit konten foto dan video produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	
12.	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan pembaruan pada konten selanjutnya	

PEKAN 6

No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
2.	Membuat dan mengunggah feed instagram dan tiktok	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
3.	Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	
4.	Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	
5.	Mengunggah video di tiktok	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah video di tiktok agar lebih menarik	

6.	Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	
7.	Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	
8.	Melakukan take foto untuk promosi promo	Melakukan take foto produk untuk promosi promo dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
9.	Melakukan take foto dan video untuk sneak peak	Melakukan take foto dan video produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	

10.	Melakukan endorsement	Melakukan kerjasama dengan influencer untuk endors promosi produk zandwich, dengan promosi melalui media sosial nya seperti instagram, tiktok, dan juga boost	
11.	Mengedit konten foto dan video produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	
12.	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan pembaruan pada konten selanjutnya	

PEKAN 7

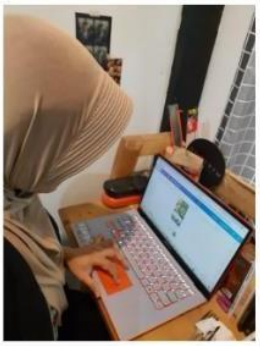
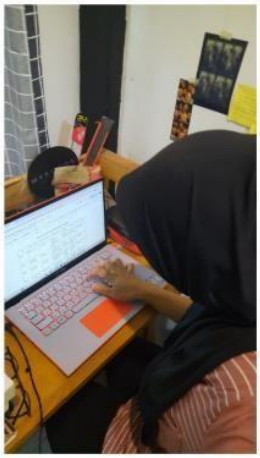
No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
2.	Membuat dan mengunggah feed instagram dan tiktok	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
3.	Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	
4.	Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	
5.	Mengunggah video di tiktok	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah video di tiktok agar lebih menarik	
6.	Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	
7.	Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	

8.	Melakukan live streaming di tiktok	Melakukan live streaming di tiktok sebagai bentuk promosi produk untuk pengenalan kepada calon customer serta menyapa audiens untuk dapat tetap menjalin hubungan yang baik dengan customer	
9.	Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
10.	Melakukan take video untuk sneak peak	Melakukan take video produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	

11.	Memasang iklan di tiktok	Memasang iklan di tiktok agar dapat mencakup jangkauan pasar yang lebih luas, serta dapat meningkatkan branding dan engagement dalam beberapa konten yang di iklankan di tiktok	
12.	Mengikuti campaign promo di gofood	Mengikuti campaign promo diskon di gofood untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan serta dapat memberikan penawaran terbaik bagi pelanggan setia kami	
13.	Mengedit konten foto dan video produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	

14	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan pembaruan pada konten selanjutnya	

PEKAN 8

No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
2.	Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
3.	Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	
4.	Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	

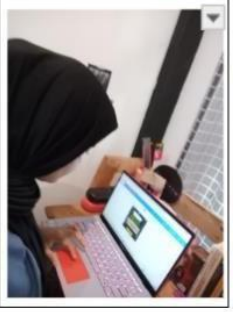
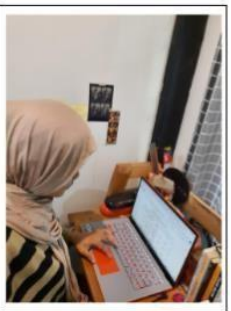
5.	Mengunggah video di tiktok	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah video di reels ig dan tiktok agar lebih menarik	
6.	Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	
7.	Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	

8.	Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
9.	Melakukan take video untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	

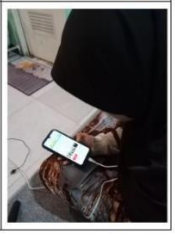
10	Mengedit konten foto dan video produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	
11.	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan pembaruan pada konten selanjutnya	
12.	Evaluasi konten setelah melakukan endorsement	Melakukan evaluasi konten setelah melakukan endorse bersama influencer dengan menganalisis engagement baik dari like, komen, maupun share dengan tujuan dapat mengetahui feedback setelah melakukan endorse	

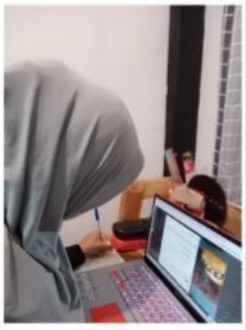
PEKAN 9

No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Mencari influencer untuk endorsement	Mencari beberapa influencer untuk melakukan endorsement terhadap produk zandwich, di beberapa media sosial seperti instagram dan tiktok dengan mengamati followers dan konten yang dibagikannya	
2.	Menghubungi influencer	Menghubungi influencer melalui DM instagram maupun menghubungi melalui Whatsapp dan Email untuk melakukan kerjasama pada endorsement produk zandwich	

3.	Mengikuti campaign promo di gofood	Mengikuti campaign promo diskon di gofood untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan serta dapat memberikan penawaran terbaik bagi pelanggan setia kami	
4.	Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
5.	Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
6.	Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	
7.	Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	
8.	Mengunggah video di reels ig dan tiktok	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah video di reels ig dan tiktok agar lebih menarik	

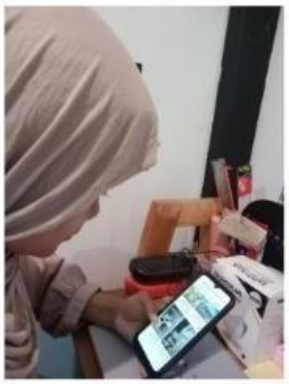
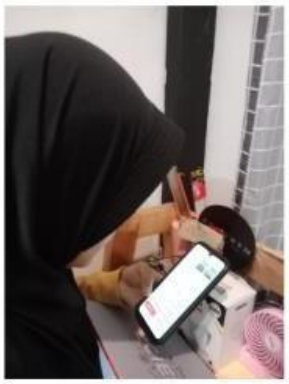
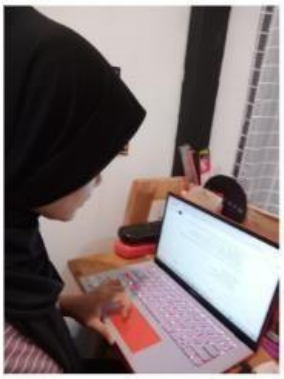
9.	Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	
10.	Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	
11.	Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	

12.	Melakukan take video untuk sneak peak	Melakukan take video produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
13.	Mengedit konten foto dan video produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	
14.	Memasang iklan di tiktok	Memasang iklan di tiktok agar dapat mencakup jangkauan pasar yang lebih luas, serta dapat meningkatkan branding dan engagement dalam beberapa konten yang di iklankan di tiktok	

15	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan pembaruan pada konten selanjutnya	

PEKAN 10

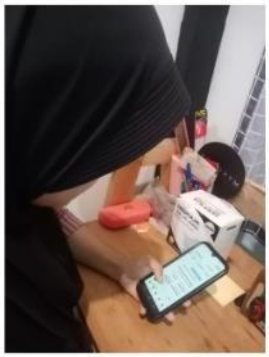
No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Melakukan endorsement	Melakukan kerjasama dengan influencer untuk endors promosi produk zandwich, dengan promosi melalui media sosial nya seperti instagram, tiktok, dan juga youtube	
2.	Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
3.	Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
4.	Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	

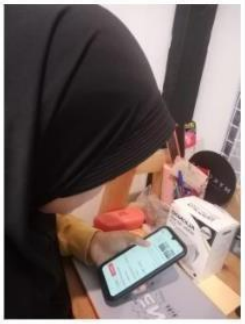
5.	Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	
6.	Mengunggah video di reels ig dan tiktok	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah video di reels ig dan tiktok agar lebih menarik	
7.	Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	
8.	Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	

9.	Melakukan take foto untuk promosi	Melakukan take foto produk untuk promosi dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
10	Melakukan take foto dan video untuk sneak peak	Melakukan take foto dan video produk untuk sneak peek dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
11.	Mengedit konten foto dan video produk	Mengedit foto & video dokumentasi sneak peek yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	

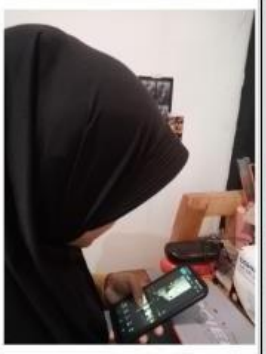
12.	Melakukan live streaming di tiktok	Melakukan live streaming di tiktok sebagai bentuk promosi produk untuk pengenalan kepada calon customer serta menyapa audiens untuk dapat tetap menjalin hubungan yang baik dengan customer	
13.	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan pembaruan pada konten selanjutnya	

PEKAN 11

No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Mengikuti campaign promo di gofood	Mengikuti campaign promo diskon di gofood untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan serta dapat memberikan penawaran terbaik bagi pelanggan setia kami	
2.	Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
3.	Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
4.	Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	

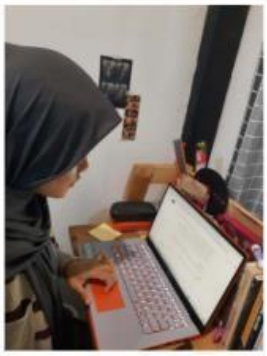
5.	Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	
6.	Mengunggah video di reels ig dan tiktok	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah video di reels ig dan tiktok agar lebih menarik	

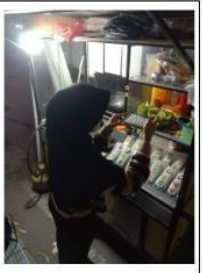
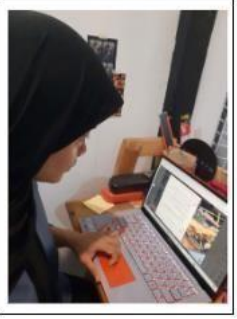
7.	Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	
8.	Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	
9.	Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peak dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	

10.	Melakukan take video untuk sneak peak	Melakukan take video produk untuk sneak peak dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
11.	Mengedit konten foto dan video produk	Mengedit foto dan video dokumentasi sneak peak yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	
12.	Melakukan live streaming di tiktok	Melakukan live streaming di tiktok sebagai bentuk promosi produk untuk pengenalan kepada calon customer serta menyapa audiens untuk dapat tetap menjalin hubungan yang baik dengan customer	
13.	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan pembaruan pada konten selanjutnya	

PEKAN 12

No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Mengikuti campaign promo di gofood	Mengikuti campaign promo diskon di gofood untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan serta dapat memberikan penawaran terbaik bagi pelanggan setia kami	
2.	Membuat dan mengunggah story instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
3.	Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, dan snapseed	
4.	Membuat konten planner	Melakukan riset untuk membuat konten plan dengan bagian riset dan mempertimbangkan jadwal posting media sosial	
5.	Mencari ide konten di media sosial	Membuat rancangan untuk ide konten dengan menyimpan dan mencatat konten yang bagus dan menarik untuk dijadikan bahan pada pembuatan konten	

6.	Mengunggah video di reels ig dan tiktok	Membuat template desain yang sudah disimpan melalui aplikasi epic, snapseed, dan capcut untuk mengunggah video di reels ig dan tiktok agar lebih menarik	
7.	Mencari ide caption	Membuat caption yang unik di tiktok dengan cara melihat hal yang unik dan viral	
8.	Prepare untuk sesi pemotretan	Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video seperti hp, tripod, dan alat konten lainnya untuk sneak peek produk	

9.	Melakukan take foto untuk sneak peak	Melakukan take foto produk untuk sneak peak dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
10.	Melakukan take video untuk sneak peak	Melakukan take video produk untuk sneak peak dengan menggunakan hp, tripod dan alat konten lainnya	
11.	Mengedit konten foto dan video produk	Mengedit foto dan video dokumentasi sneak peak yang sudah ada dengan aplikasi canva dan capcut agar tampilan konten lebih menarik	
12.	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi dengan mencatat dan menganalisis terkait konten pada sosial media untuk dapat dijadikan pembaruan pada konten selanjutnya	
13.	Evaluasi konten setelah melakukan endorsement	Melakukan evaluasi konten setelah melakukan endorse bersama influencer dengan menganalisis engagement baik dari like, komen, maupun share dengan tujuan dapat mengetahui feedback setelah melakukan endorse	

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Sumenep pada tanggal 03 Februari 2002 sebagai anak ketiga dari pasangan Bapak Muhammad Taufiq dan Ibu Ruhainah. Saat ini penulis bertempat tinggal di Kota Sumenep. No. Hp: 082233538557, alamat email: nabilabahirah@gmail.com. Pendidikan SMA di MA Al-Ittihad Al-Islami, lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2021, penulis diterima sebagai penerima Beasiswa Unggulan di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Selama mengikuti kuliah di Fakultas Ilmu Agama Islam, penulis aktif mengikuti kegiatan Organisasi kampus seperti FKEI (Forum Kajian Ekonomi Islam).