

Bab I PENDAHULUAN

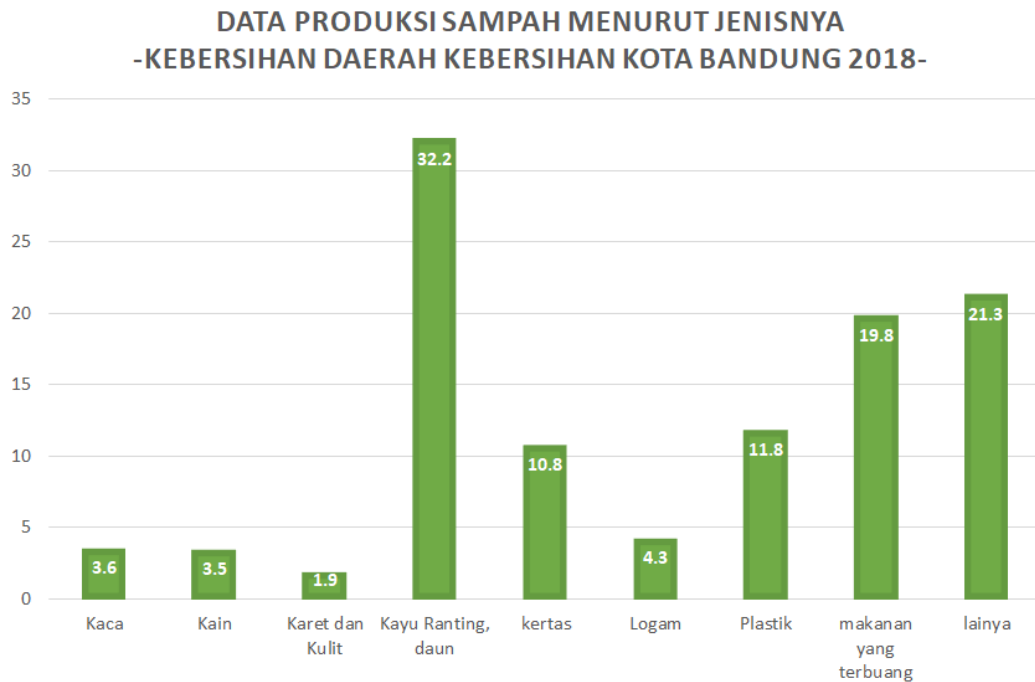
I.1 Latar Belakang

Makanan merupakan suatu zat yang dimakan oleh makhluk hidup untuk mendapatkan nutrisi dan energi untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dengan mengonsumsi makanan manusia mendapatkan energi untuk melakukan kegiatannya atau dapat menjalankan aktivitas nya (Lily Arsanti Lestari, 2018).

Sehubungan dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan teknologi pada saat ini, fungsi utama makanan yang menjadi kebutuhan pokok manusia untuk memenuhi kebutuhan energi, di era perkembangan teknologi ini makanan mulai menambahkan satu fungsi lainnya yaitu sebagai alat untuk bersosialisasi atau sekedar bercengkerama dengan keluarga. (Mufidah, 2006)

Namun dengan beralih atau bertambah fungsi dari makanan itu sendiri menimbulkan dampak negatif yang di hasilkan oleh kebiasaan yang buruk dimana masyarakat tidak bijak dalam mengatur porsi makan maupun dalam mengatasi makanan yang berlebih yang mereka punyai. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil laporan data yang di muat oleh data.bandung.go.id pada tahun 2018 oleh Perusahaan Daerah Kebersihan Bandung melaporkan bahwa Bandung memiliki jumlah pembuangan limbah yang cukup tinggi. Salah satu limbah yang mendominasi di kota Bandung ini adalah sisa makanan. Menurut data pada gambar I.1 disebutkan bahwa sebanyak 19,8% dihasilkan oleh masyarakat Bandung adalah limbah rumah

tangga yang berjenis sisa makanan yang terbuang (Hidup, 2018).



Gambar I.1 Data produksi Sampah Kota Bandung

Padahal di sisi lain menurut hasil laporan International Food Policy Research Institute (IFPRI) yang di dukung oleh Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) pada tahun 2019 masih banyak masyarakat di Indonesia mengalami kelaparan. terungkap sebanyak 22 juta penduduk di Indonesia masih mengalami kelaparan hingga mengalami kelaparan kronis (Bank, 2019). Hal ini menjadi ironis dimana tingkat pembuangan makanan yang tinggi namun masih banyak masyarakat yang sulit untuk memenuhi kebutuhan pokok khususnya makanan.

Berdasarkan dua permasalahan di atas yaitu adanya ketimpangan dengan banyaknya makanan yang di sia-sia kan padahal di sisi lain masih banyak masyarakat yang membutuhkan makanan tersebut, diperlukan sebuah platform yang mampu mengatasi atau mengurangi dampak tersebut, maka dari itu muncul lah solusi yang di inisiasi oleh sekelompok mahasiswa yang peduli akan makanan yang berlebih namun masih banyak masyarakat yang tidak bijak dalam mengatasi makanan berlebih yang dimilikinya, di sisi lain masih banyak masyarakat di sekitar yang berjuang untuk

memenuhi kebutuhan pokoknya yaitu makanan. solusi tersebut di beri nama Beebagi, Beebagi hadir sebagai sebuah *platform* yang dapat menghubungkan masyarakat yang mempunyai makanan berlebih tersebut dengan masyarakat pra-sejahtera yang membutuhkan makanan.

Beebagi merupakan sebuah *startup* yang bergerak di bidang sosial, khususnya di bidang makanan. Tujuan dari Beebagi adalah, untuk menyelamatkan makanan yang masih layak untuk di konsumsi kemudian makanan tersebut di bagikan kepada yang membutuhkan. Beebagi di bentuk atas inisiasi mahasiswa yang peduli akan makanan yang berlebih namun masih banyak masyarakat yang tidak bijak dalam mengatasi makanan berlebih yang dimilikinya, di sisi lain masih banyak masyarakat di sekitar yang berjuang untuk memenuhi kebutuhan pokoknya yaitu makanan.

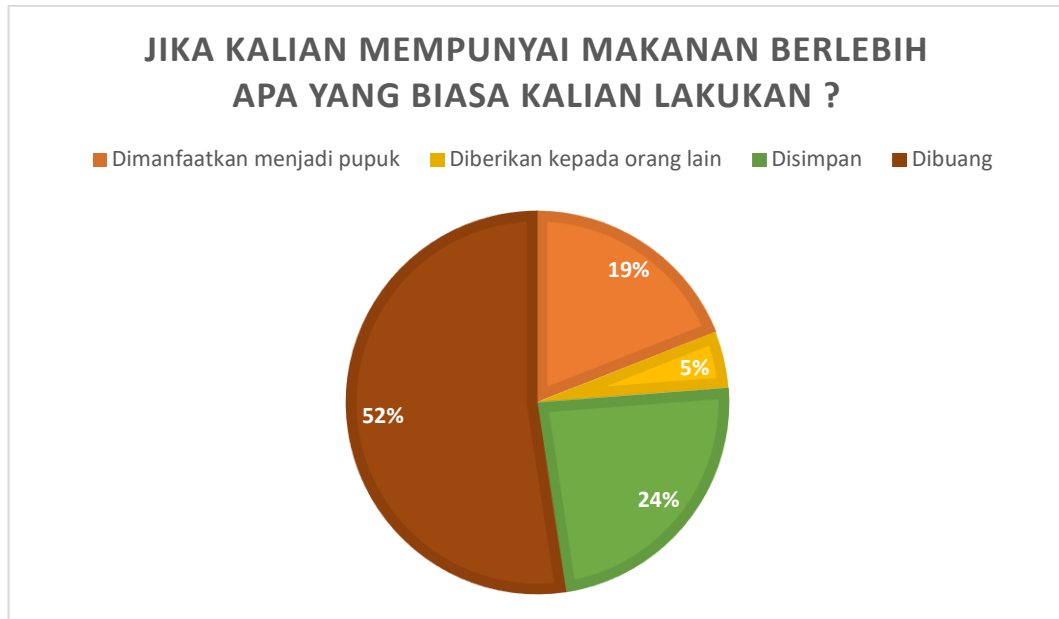
Beebagi juga ikut membantu mengatasi permasalahan yang ada dengan cara mengenalkan dampak *negative* yang di timbulkan oleh kebiasaan buruk yang tanpa di sadari oleh masyarakat menimbulkan *food waste* dan mengajak masyarakat indonesia khususnya dimulai dari masyarakat Bandung untuk bijak dalam mengatasi makanan berlebih dengan cara memberikan atau mendonasikan makanan tersebut ke pada masyarakat yang membutuhkannya.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dan observasi pada masyarakat di bandung dan mahasiswa Telkom University untuk mengetahui penyebab banyaknya masyarakat dalam membuang makanan berlebih yang mereka miliki, di dapatkan berdasarkan sample yang di ambil bahwa karena ke tidak tahu an mereka atas dampak dari *food waste* itu sendiri. Hal tersebut, dapat dilihat pada gambar I.2 menunjukkan rendahnya kesadaran atau ketidak tahu an masyarakat akan dampak negatif yang di timbulkan oleh *food waste*.



Gambar I.2 Presentase Masyarakat dan Mahasiswa Terhadap *Food Waste*

Dari ketidak tahuan masyarakat atas dampak yang di akibatkan oleh *food waste* itu sendiri dapat di lihat kebiasaan atau perilaku terhadap makanan berlebih yang di miiki dapat dilihat pada gambar I.3 di ketahui kebiasaan yang sering dihadapi jika mempunyai makanan berlebih. Kebiasaan yang mereka hadapi dalam mengatasi makanan berlebih yang dimiliki ada bermacam-macam. Mulai dari pemanfaatan kembali di jadikan pupuk kompos, langsung dibuang, diberikan kepada orang lain, maupun disimpan. Dan 52% partisipan yang mengisi kuesioner membuang ma-
 kanaan berlebih yang mereka miliki sebelum menggunakan Beebagi.



Gambar I.3 Kebiasaan Masyarakat dan Mahasiswa Terhadap Makanan Berlebih.

Dalam mengatasi permasalahan untuk mengenalkan bahwa ada solusi dengan mendonasikan makanan yang mereka punya dan apa itu Beebagi, serta mengenalkan akan dampak negative yang di akibatkan oleh *food waste* itu sendiri baik kepada lingkungan dan sosial.

Dibutuhkan strategi pemasaran yang baik dan dapat di implementasikan pada pemasaran *startup* Beebagi itu sendiri, serta pemilihan metode yang tepat dalam menentukan strategi pemasaran yang sesuai dengan Beebagi.

Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control (SOSTAC) adalah metode yang tepat metode SOSTAC merupakan susunan perencanaan berdasarkan beberapa hal utama dalam menentukan tindakan termasuk penentuan keputusan dalam melakukan pemasaran (Chaffey, 2019).

Metode yang digunakan pada pengembangan pemasaran digital pada Beebagi ini adalah SOSTAC, karena dengan penggunaan SOSTAC dapat mempermudah dalam menentukan tujuan-tujuan berbasis analisis situasi, merencanakan strategi-strategi yang diperlukan demi mencapai tujuan, serta membuat taktik sebagai turunan detail dari masing-masing strategi sehingga efektif.

I.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, didapatkan beberapa rumusan masalah pada penelitian ini diantaranya:

1. Bagaimana cara mengetahui jenis pemasaran digital yang sesuai dengan bisnis model Beebagi
2. Bagaimana perancangan strategi pemasaran digital yang diperlukan Beebagi

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui tujuan penelitian yang ingin diungkapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kemudahan dalam berdonasi khususnya dalam bentuk makanan.
2. Menentukan strategi pemasaran yang sesuai bagi analisis kompetitor sejenis, dan menganalisa potensi pasar dalam bidang sosial.
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak negative yang di akibatkan oleh *food waste* baik terhadap lingkungan dan sosial.

I.4 Batasan Penelitian

Mengingat pembahasan pada perancangan digital marketing Beebagi sangat luas, maka penulis menuliskan beberapa batasan pada penelitian ini diantaranya adalah:

1. Responden yang di targetkan pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Telkom dan orang yang pernah melakukan donasi melalui Beebagi.
2. Media yang digunakan dalam pemasaran digital Beebagi merupakan penerapan dari SEO, serta menggunakan google analytics sebagai media pengamatan pengunjung.

I.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi beebagi.id dalam kelangsungan usahanya di masa yang akan datang, dan memperkaya informasi akan kebutuhan pengguna dan dapat memenuhi keinginan pengguna secara maksimal agar beebagi.id dapat lebih berkembang dan membantu masalah sosial yang terjadi di Jawa Barat dan sekitarnya.

I.6 Sistematika Penulisan

Tugas Akhir ini nantinya disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan, Manfaat, Batasan Masalah, Tinjauan Pustaka, dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini berisikan penjelasan teori atau gagasan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dan penelitian sebelumnya guna menunjang pelaksanaan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tahapan dan metode yang digunakan selama penelitian berlangsung meliputi keseluruhan TA

BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisikan analisis proses bisnis, hasil rancangan proses bisnis, analisis kelayakan bisnis, analisis potensi pasar, analisis rencana bisnis, analisis kebutuhan fungsional sistem, perancangan, serta perancangan data.

BAB V IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini berisikan tahapan konfigurasi, penerapan rancangan sistem pada aplikasi, serta tinjauan uji integrasi aplikasi.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan serta saran sebagai masukan bagi pembaca dalam melakukan penelitian selanjutnya.