

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di dalam era globalisasi di zaman sekarang, persaingan dalam dunia bisnis berkembang begitu pesat. Perkembangan tersebut memberi berbagai dampak dalam bisnis zaman sekarang. Berbagai jenis industri atau bisnis dan usaha baru kerap bermunculan di pasar sehingga membuat para pelaku usaha lama harus siap dalam bersaing dan membuat inovasi baru agar dapat bertahan dan terus berkembang seperti pelaku usaha lainnya. Hal tersebut juga harus diimbangi bersamaan dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat dan sangat mempengaruhi usaha di zaman sekarang. Oleh karena itu, untuk menghadapi pesatnya persaingan dalam perkembangan ini, para pelaku usaha harus mempersiapkan strategi pemasaran yang tepat dan terus berinovasi sesuai dengan perkembangan teknologi dan zaman yang ada, dan kita juga telah memasuki revolusi industri 4.0 yang dimana semua usaha selalu dikaitkan dengan teknologi.

Dampak dari globalisasi ini telah mempengaruhi semua kalangan masyarakat di seluruh dunia dan khususnya di Kota Batam. Seperti yang kita ketahui, Batam adalah salah satu kota terbesar di Provinsi Kepulauan Riau. Data menunjukkan bahwa terdapat 1.037.187 jiwa yang hidup di Kota Batam (Wikipedia, 2018). Lokasi Batam juga sangat strategis karena dekat dengan salah satu negara maju yaitu Singapura. Ini yang membuat dampak perkembangan teknologi semakin terasa di Kota Batam dibandingkan dengan di kota lainnya. Dengan perkembangan teknologi tersebut, akses komunikasi berupa sosial media dan digital *platform* juga semakin mudah digunakan dan menjadi andalan bagi masyarakat untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Ini menjadi kesempatan emas yang tidak dimiliki kota lain yang seharusnya dapat dijadikan sebagai andalan untuk kemajuan bisnis.

Dengan kemajuan teknologi yang ada mendorong masyarakat khususnya di Kota Batam untuk membuat memanfaatkan kesempatan tersebut agar dapat memajukan bisnis mereka bersamaan dengan kemajuan tersebut.

Sudah menjadi rahasia umum bagi para pemilik usaha di era sekarang dalam menggunakan perkembangan teknologi seperti aplikasi Instagram untuk promosi dan *platform e-commerce* seperti Tokopedia dan Bukalapak dalam melakukan penjualan. Dengan adanya teknologi tersebut membuat para pelanggan menjadi praktis dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari.

Salah satu pelaku usaha di Batam yang menjalankan bisnis di bidang perdagangan ikan kering adalah Toko Cahaya Laut. Toko ini menjual berbagai produk dari laut yang dikeringkan seperti ikan teri, ikan asin, udang kering dan masih banyak lagi. Toko ini beralamat di ruko pasar tos 3000 no.1 dan sudah beroperasi sejak bulan Februari tahun 2005 oleh Bapak Tasman selaku pemilik usaha. Toko ini memiliki 3 karyawan dan buka setiap hari Senin-Minggu dari pukul 03.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB.

Bapak Tasman selaku pemilik usaha mengakui bahwa selama ini beliau tidak pernah melakukan promosi terhadap bisnis usahanya apalagi memanfaatkan media seperti instagram atau *e-commerce* lainnya. Hal ini membuat dampak terhadap omset penjualan dari usaha Pak Tasman yang semakin lama semakin menurun, apalagi sejak memasuki tahun 2016. Omset penjualan yang setiap bulannya hampir mencapai 70 juta mengalami penurunan hingga 40 juta. Ia menyatakan bahwa banyaknya pelanggan yang mulai mengeluh berbelanja ke pasar dan lebih memanfaatkan *platform* digital dalam berbelanja menjadi salah satu faktor yang membuat usahanya semakin menurun.

Oleh karena itu, perlu dibuat strategi pemasaran yang tepat agar dapat membantu Toko Cahaya Laut bertahan dalam perkembangan teknologi yang ada serta meningkatkan omset penjualan mereka. Salahs satu cara yang dilakukan adalah dengan melakukan observasi langsung terhadap masalah yang terjadi dan berdasarkan observasi yang dilakukan, penulis membuat strategi dengan mambantu memasarkan produk dari toko tersebut melalui aplikasi Instagram serta mendaftarkan toko tersebut ke *platform* digital berupa Tokopedia dan Bukalapak sehingga mempermudah toko dan pelanggan dalam bertransaksi tanpa harus bertatap muka. Hal tersebut tentu akan sangat membantu dan meningkatkan efisiensi waktu.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka penulis memutuskan untuk melaksanakan kerja praktek dengan judul “**Implementasi Pemasaran Melalui Digital Platform Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Cahaya Laut**”.

Proyek ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dan meningkatkan omset penjualan dari toko tersebut.

1.2 Ruang Lingkup Proyek

Ruang lingkup yang tercipta dalam melaksanakan proyek ini adalah merancang, membuat dan menerapkan promosi serta praktek penjualan secara digital melalui digital *platform* pada Toko Cahaya Laut, mencakup pendaftaran penjualan melalui *platform* digital yaitu Tokopedia dan Bukalapak dan promosi melalui medial sosial yaitu Instagram agar tingkat *awareness* masyarakat terhadap Toko Cahaya Laut semakin meningkat.

1.3 Tujuan Proyek

Proyek ini dilaksanakan untuk membantu Toko Cahaya Laut agar dapat bersaing dengan perkembangan teknologi khusus nya di bidang komunikasi dan informasi serta menjawab tantangan dari para pelaku usaha baru dengan cara melakukan promosi dan penjualan melalui *platform* digital. Dan proyek ini juga diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan sehingga membantu meningkatkan omset penjualan yang ditargetkan untuk mengalami kenaikan hingga 10-20% setiap bulannya.

1.4 Luaran Proyek

Program kerja praktek ini memberikan luaran atau *output* kepada pemilik Toko Cahaya Laut berupa sistem promosi dan cara penjualan yang baru. Di dalam sistem yang diberikan, terdapat beberapa *output* yang digunakan untuk membuat sistem, antara lain :

1. Meningkatkan omset penjualan perbulan sebesar 10-20% dengan bantuan promosi dan penjualan yang telah dibuat.

2. Membuatkan akun Instagram sebagai media untuk promosi dimana penjual dapat mem-*posting* barang dagangannya sehingga dapat dilihat para konsumen serta meningkatkan *awareness* dari Toko Cahaya Laut.
3. Mendaftarkan Toko Cahaya Laut ke *platform digital* berupa Tokopedia dan Bukalapak, dimana penjual mem-*posting* barang dagangan mereka dan melakukan transaksi jual beli secara *online* di sana.

1.5 Manfaat Proyek

Kegiatan kerja praktek ini memberikan beberapa manfaat yang dituliskan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Meningkatkan serta menambah omset penjualan dari Toko Cahaya Laut
 - b. Meningkatkan tingkat *awareness* masyarakat terhadap keberadaan atau *positioning* Toko Cahaya Laut sebagai salah satu penjual ikan kering di Batam
 - c. Dapat berjualan secara *online* dan efisiensi waktu.
2. Bagi Mahasiswa

Membantu mahasiswa dalam mengimplementasikan hasil pembelajaran serta ilmu yang diperoleh dari universitas secara langsung melalui praktek di dunia usaha. Selain itu juga membantu mahasiswa selanjutnya untuk menjadikan laporan ini sebagai referensi dalam menerapkan kegiatan Kerja Praktek mengenai pemasaran secara digital.

1.6 Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan untuk membantu para pembaca dalam membaca laporan ini, berikut susunannya:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, ruang lingkup proyek, tujuan proyek, luaran proyek, manfaat proyek dan sistematika pembahasan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan laporan kerja praktek ini.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjabarkan mengenai identitas Toko Cahaya Laut, struktur organisasi toko, kegiatan operasional toko dan sistem yang pernah diterapkan oleh Toko Cahaya Laut.

BAB IV: METODOLOGI

Bab ini menjabarkan mengenai rancangan penulisan, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis, proses perancangan strategi dan tahapan serta jadwal pelaksanaan kegiatan kerja praktek ini.

BAB V: ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan mengenai analisis data yang dilakukan oleh penulis berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada Toko Cahaya Laut, perancangan luaran proyek, dan kendala implementasi.

BAB VI: IMPLEMENTASI

Bab ini memaparkan mengenai implementasi strategi yang telah di rancang dan dampak yang dirasakan oleh Toko Cahaya Laut setelah menerapkan rancangan strategi tersebut.

BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan tentang kesimpulan dari keseluruhan kegiatan kerja praktek yang dilakukan pada Toko Cahaya Laut serta saran dan rekomendasi kepada pemilik toko untuk perkembangan toko kedepannya.