# BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil dan menengah atau umumnya disingkat menjadi UMKM adalah sebuah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, umumnya dijalankan oleh individu maupun sekelompok orang. UMKM umumnya dikelola oleh perorangan dan melibatkan beberapa anggota keluarga. Selain itu, UMKM memiliki peran penting yaitu sebagai pencipta pasar baru, inovasi, menyediakan lapangan kerja baru, perkembangan kegiatan ekonomi lokal, pemberdaya masyarakat lokal maupun memiliki posisi sebagai pelaku penting dalam kegiatan ekonomi pada beraneka sektor di Indonesia (A *et al.*, 2019).

Perkembangan era digital pada negara Indonesia sangat cepat, dapat dilihat dari data yang dipublikasi Pratomo (2019) hasil observasi oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), total pemakai internet pada Indonesia terdapat 171,17 juta jiwa dari seluruh penduduk Indonesia 264,16 juta jiwa. Pengguna internet di Indonesia tercatat paling dominan di dunia dalam pembelian barang secara *online* menggunakan perangkat apapun yaitu sebanyak 86% dari total pengguna internet di Indonesia (Wicaksono, 2019).

Pekembangan teknologi yang semakin pesat sangatlah berpengaruh pada dunia pemasaran. Pada semula masyarakat yang lebih suka tren pemasaran konvensional sekarang mulai beralih menjadi pemasaran digital. Strategi pemasaran digital lebih menjanjikan karena memiliki potensial yang tinggi untuk para calon pelanggan dalam mendapatkan berbagai macam informasi mengenai produk serta dapat mentransaksi melalui internet. Sistem operasi yang kerap digunakan dalam pemasaran digital adalah media sosial (Purwana *et al.*, 2017).

Toko Badminton Penuin Sport adalah sebuah UMKM yang berdiri sejak tahun 2015 di kota Batam. UMKM ini kurang menarik perhatian masyarakat karena sejak dibukanya toko tersebut sampai dengan sekarang mereka hanya menjual produk mereka melalui interaksi langsung ke pelanggan yang datang ke toko. Sedangkan pada era ini sudah banyak UMKM yang menggunakan pemasaran digital untuk memasarkan produk kepada masyarakat. Metode pemasaran yang

paling tepat dan hemat bagi usaha-usaha yang baru dirintis adalah pemasaran digital. Dikarenakan tidak perlu memiliki tempat untuk memampangkan barang ataupun jasa, dapat dikelola sendiri tanpa harus memiliki karyawan dan mempunyai jangkauan pasar yang sangat luas (Hendrawan *et al.*, 2019)

Dengan adanya sistem pemasaran yang berbasis digital, maka dapat membantu pemilik Toko Badminton Penuin Sport dalam mengikuti perkembangan era ekonomi digital. Berdasarkan deskripsi di atas, maka memotivasi penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul "Penerapan Digital Marketing pada Toko Badminton Penuin Sport".

# 1.2 Ruang Lingkup

Laporan kerja praktek ini disusun oleh penulis berdasarkan hasil penelitian di Toko Badminton Penuin Sport yang berlokasi di Ruko Penuin Centre Blok T No 08. Cakupan pada kerja praktek ini yaitu menerapkan sebuah sistem "Digital Marketing" yang dapat membantu Toko Badminton Penuin Sport agar dapat mengikuti pemasaran di era baru yaitu memperlihatkan produk-produk yang dipasarkan dan dipromosikan produknya kepada konsumen melalui media digital serta dapat menjual barang tanpa harus pelanggan datang langsung ke toko Badminton Penuin Sport.

# 1.3 Tujuan Proyek

Tujuan kerja praktek pada Toko Badminton Penuin Sport meliputi berikut:

- 1. Merancang sistem *Digital Marketing* agar masyarakat dapat mengetahui produk yang dijual oleh Toko Badminton Penuin Sport.
- 2. Menarik lebih banyak pelanggan baru.
- 3. Membantu meningkatkan omset penjualan pada Toko Badminton Penuin Sport.

Universitas Internasional Batam

### 1.4 Luaran Proyek

Berikut adalah luaran proyek dari penerapan kerja praktek:

- 1. Membuat akun sosial media berupa *instagram* dan *facebook* untuk memasarkan produk yang dijual.
- 2. Mengunggah produk yang dijual serta spesifikasi produk ke *instagram* dan *facebook* agar pelanggan dapat terus mendapatkan informasi tentang produk terbaru.
- 3. Membuat video profil perusahaan pada *instagram* dan *facebook*.
- 4. Menampilkan testimonial pelanggan yang telah membeli produk di Toko Badminton Penuin Sport.

## 1.5 Manfaat Proyek

Manfaat hasil pengamatan pada Toko Badminton Penuin Sport adalah meliputi berikut:

- 1. Bagi Pemilik Perusahaan
  - a. Agar mengalami kenaikan omset penjualan
  - b. Memudahkan pemilik dalam mempromosikan produknya di media sosial.
  - c. Membantu pemilik dalam mendapaykan pelanggan baru dari berbagai kalangan maupun usia.
- 2. Bagi Akademisi

Mahasiswa akan lebih memahami mengenai pemasaran di lapangan kerja sehingga dapat menggunakan ilmu yang telah didapatkan pada pekerjaan di masa depan.

### 1.6 Sistematika Pembahasan

Penulisan sistematis akan dijabarkan secara garis besar melalui penjabaran setiap bab yang disampaikan berupa isi dan tujuan tiap bab, seperti dibawah ini:



#### BAB I PENDAHULUAN

Pengkajian yang dilakukan pada bab ini berisi masalah latar belakang yang sedang dialami, ruang lingkup dari kerja praktek ini, tujuan penelitian yang akan dicapai, manfaat pelaksanaan penelitian, serta sistematika pembahasan laporan kerja praktek.

### TINJAUAN PUSTAKA

Pengkajian pada bab ini berisi tentang teoritis yang dianalisi oleh penelitian yang pernah dilakukan, serta tujuan penelitian sebagai dasar referensi untuk melakukan kerja praktek yang mencakup tujuan yang jelas.

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pengkajian yang dilakukan dalam bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan dimana menjadi tempat pelaksanaan kerja praktek, struktur organisasi pelaksanaan kerja praktek serta aktivitas kegiatan yang dijalankan.

### **METODOLOGI**

Pengkajian yang dilakukan dalam bab ini berisi tentang rancangan teknik yang akan diimplementasikan oleh perusahaan , cara pengumpulan data yang dipakai, serta tahap dilakukan kerja praktek.

### ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Pengkajian yang dilakukan dalam bab ini berisi analisa data, perancangan sistem yang akan diimplementasikan pada perusahaan dan hambatan yang dialami pada saat pelaksanaan.

### **IMPLEMENTASI**

Pengkajian yang dilakukan pada bab ini berisi tahapan pengimplementasi dengan melibatkan media sosial seperti instagram dan facebook dan kondisi perusahaan setelah menerapkan sistem yangtelah dirancang.

BAB II

BAB III

BAB IV

BAB V

BAB VI

**Universitas Internasional Batam** 

