

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan sebuah perusahaan sangat bergantung pada analisis SWOT, *Marketing Mix*, dan promosi yang efektif, melihat perkembangan jaman saat ini maka strategi-strategi tersebut sangat dibutuhkan. Namun pada Toko Charlotte ini yang telah berdiri hampir 3 tahun, alasan di bukanya usaha ini di karenakan merasa adanya ketertarikan di bidang ini dan juga adanya tantangan serta peluang baru untuk merintis usaha, akan tetapi berselang tahun ke tahun semakin banyak toko-toko di Batam yang bergerak di bidang usaha yang sama setiap tahunnya. Mengakibatkan persaingan semakin ketat, sehingga membutuhkan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan Toko Charlotte. Jika perusahaan tidak menciptakan strategi baru untuk bersaing dengan usaha yang lain, maka omset perusahaan dapat merosot setiap bulannya. Hal ini disebabkan seiring berjalannya waktu, perkembangan *fashion* semakin banyak dan semakin menarik perhatian masyarakat dari permintaan *fashion* model baru. Selain itu permasalahan juga terdapat pada lokasi toko yang tertutup menyebabkan susah bagi masyarakat untuk dapat berkunjung ke toko tersebut.

Maka dari itu, perusahaan juga menjadi sulit untuk mendapatkan omset atau pendapatan dikarenakan tersaingi oleh pesaing lainnya yang memiliki model *fashion collection* yang lebih menarik untuk masyarakat umum. Dengan strategi *marketing* yang tepat untuk diterapkan, maka toko mampu bersaing lebih dibandingkan yang lainnya. Melihat kondisi perkembangan collection saat ini

memiliki jumlah yang cukup banyak di Batam, maka pemilik perusahaan dapat mempertimbangkan dan memutuskan langkah bermanfaat yang dapat diambil selanjutnya untuk pengembangan usaha dan bersaing.

1.2 Ruang Lingkup

Penulis mengobservasi Toko Charlotte yang diteliti adalah mengenai pemasaran. Fungsi ruang lingkup dari proyek ini untuk penerapan strategi pemasaran melalui *online* pada toko Charlotte sekaligus menerapkan sistem promosi dari iklan sosial media, *sales promotion* seperti menyediakan diskon, serta *direct marketing* melalui penawaran dan penjualan ke konsumen.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan dari proyek meningkatkan omset sebesar 5% dari penjualan toko charlotte melalui iklan sosial media, penjualan lewat *E-commerce*, *Reseller*, diskon harga produk.

1.4 Luaran Proyek

Luaran proyek merupakan hasil implementasi strategi pemasaran melalui online untuk meningkatkan penyebaran informasi dan penjualan produk Toko Charlotte melalui iklan sosial media dan *direct marketing* untuk meningkatkan omset toko dengan cara sebagai berikut:

1. Membuat akun di shopee dan tokopedia tujuannya mempromosikan produk-produk yang terdapat di Toko Charlotte.
2. Kemudian adanya diskon jika menggunakan kode diskon yang akan disediakan agar mendapatkan potongan harga belanja senilai 10.000 rupiah dan mendapatkan subsidi ongkos kirim 30.000 rupiah

3. kemudian dapat melakukan adanya beberapa inovatif strategi yang dapat dilakukan setiap bulan nya seperti pada melakukan adanya *Free Ongkir* minimal melakukan pembelian 100.000 rupiah ke atas, kemudian dapat melakukan diskon 25% mendekati bulan lebaran nantinya.
4. Menggerakkan *reseller* yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan yang di harapkan pada metode menggunakan adanya reseller dapat meningkatkan orderan pada 2 minggu kurang lebih 10 orderan sehingga dapat membantu dalam meningkatkan omset pada Toko Charlotte.
5. khusus reseller jika menjual barang 100 unit akan mendapatkan sepatu gratis.

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat dari laporan kerja praktek ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Laporan kerja praktek ini diharapkan pemilik toko akan mendapatkan sistem dari salah satu marketing mix yang bisa digunakan untuk membantu dan memasarkan. Pemilik toko dapat menerapkan sistem marketing sehingga dapat tetap memiliki daya saing dengan toko collection lainnya.

2. Bagi Akademis

Laporan kerja praktek ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi mahasiswa yang sedang melakukan kerja praktek dan sebagai bahan referensi khususnya membuat laporan marketing yang sederhana.

3. Bagi Penulis Selanjutnya

Penulis selanjutnya dapat membuat laporan kerja praktek ini sebagai referensi dan memberikan contoh pada penulis selanjutnya dalam membuat laporan kerja praktek yang lebih baik.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan menyediakan uraian mengenai isi dan pembahasan tiap bab di mana terdapat pada penyusunan laporan kerja praktek sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan uraian secara teori, penemuan dan hasil penelitian sebelumnya dan di jadikan dasar untuk pelaksanaan topik kerja praktek.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini mengenai pembahasan seperti identitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan, aktifitas mengenai operasional dan sistem dalam perusahaan.

BAB IV : METODOLOGI

Bab ini mengenai perancangan penelitian, teknik pengumpulan data hingga proses pengumpulan data yang dilaksanakan

dalam menyelesaikan proyek dan mencapai tujuan akhir yang di capai.

BAB V : ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini mengenai analisa data yang terperinci mengenai data yang di analisa dan rancangan yang di terapkan dalam luaran proyek.

BAB VI : IMPLEMENTASI

Bab ini pembahasan mengenai proses yang dilakukan dalam implementasi dan hubungan tang di dapat dari hasil rancangan yang di implementasikan di kerja praktek serta kondisi setelah perusahaan setelah perubahan.

BAB VII : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini mengenai kesimpulan diperoleh dari penyusunan kerja praktek dan saran yang bisa di berikan kepada pemilik hingga laporan untuk perusahaan untuk dapat melanjutkan proses yang masi belum terlaksana.