

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

*“If your business is not on the internet, then your business will be out of business”* - Bill Gates. Di era globalisasi ini persaingan dalam dunia bisnis

berkembang begitu pesat. Terus bermunculannya jenis industri dan usaha baru, mengakibatkan perusahaan yang lama akan terus mengeluarkan upaya untuk meningkatkan inovasi-inovasi yang baru agar dapat bertahan dalam persaingan

usaha. Sehingga, para pemilik usaha dituntut untuk mengambil keputusan yang sesuai dengan permasalahan supaya bisa bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.

Dalam hal ini para pelaku usaha harus mengetahui strategi pemasaran yang sesuai dan terus berinovasi dengan cara mengikuti perkembangan zaman, apalagi sekarang sudah memasuki ke revolusi industri 4.0 dimana semua bisnis selalu dikaitkan dengan teknologi.

Pemasaran ialah kegiatan yang dilaksanakan untuk memperoleh profit. Pemasaran juga merupakan elemen penting, dapat diperhatikan pada kehidupan sehari-hari yang tidak terlepas dari pemasaran. Ada beberapa jenis pemasaran, *digital marketing* merupakan salah satunya. *Digital marketing* adalah kegiatan promosi atau pemasaran yang bertarget, terukur dan interaktif dari produk atau jasa dengan menggunakan media elektronik.

Toko Lily Jaya adalah suatu usaha yang bergerak dibidang dekorasi rumah (*home decor*) dan berdiri pada tahun 2002. Pada mulanya Toko Lily Jaya berkembang dengan sangat pesat dikarenakan minimnya pesaing dalam bidang

dekorasi rumah ini, sehingga perolehan omzet Toko Lily Jaya dari tahun ke tahun terus meningkat dengan perolehan omzet kurang lebih Rp 60.000.000/bulan hingga tahun 2015.

Namun pada pertengahan tahun 2015, omzet yang diperoleh Toko Lily Jaya menurun dan hal ini terus terjadi hingga tahun 2019. Omzet Toko Lily Jaya turun menjadi kurang lebih Rp 40.000.000/bulan. Permasalahan inilah yang sedang dihadapi oleh Toko Lily Jaya, menurunnya omzet mitra dari tahun ke tahun dan sulitnya mendapatkan pelanggan baru dikarenakan para pelaku usaha lain menyadari peluang dari bisnis di bidang dekorasi rumah ini sehingga muncul pesaing-pesaing baru.

Pesaing-pesaing tersebut mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan Toko Lily Jaya yaitu perusahaan pesaing menawarkan desain terkini dan melakukan pemasaran secara digital. Para pelaku usaha lain memasarkan produknya secara *online* melalui *platform e-commerce* ataupun media sosial dan juga melakukan promosi seperti potongan harga agar dapat menarik perhatian calon konsumen.

Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan agar dapat menambah *profit* dan penjualan Toko Lily Jaya. Berdasarkan observasi, penulis membuat strategi dengan melakukan *advertising* dan merancang serta membuatkan toko *online* di *platform e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee dan Bukalapak dan media sosial Instagram untuk meningkatkan penjualan Toko Lily Jaya.

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka penulis akan melaksanakan kegiatan Kerja Praktek dengan judul **“Penerapan Pemasaran**

**Digital pada Toko Lily Jaya”**. Proyek ini diyakini dapat memberikan dampak yang baik bagi Toko Lily Jaya dalam meningkatkan omzetnya.

## **1.2 Ruang Lingkup Proyek**

Ruang lingkup dalam kegiatan ini adalah merancang, membuat dan menerapkan pemasaran digital pada toko Lily Jaya, mencakup pembuatan toko online dalam *platform e-commerce* (Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak) dan media sosial (Instagram) serta melakukan *advertising* melalui Instagram agar dapat meningkatkan *awareness* masyarakat akan keberadaan Toko Lily Jaya.

## **1.3 Tujuan Proyek**

Kegiatan ini bertujuan untuk membantu Toko Lily Jaya agar dapat bersaing dengan perindustrian lainnya pada era globalisasi ini dengan cara memasarkan melalui *platform e-commerce* dan media sosial. Proyek ini diharapkan dapat menambahkan jumlah pelanggan, penjualan dan pendapatan pada Toko Lily Jaya. Pendapatan yang ditargetkan pada Toko Lily Jaya adalah naik antara 10-20% setiap bulannya.

## **1.4 Luaran Proyek**

Kegiatan ini akan memberikan luaran berupa:

### **a. Pemasaran Digital (*Digital Marketing*)**

Melakukan pemasaran secara digital yaitu dengan cara merancang dan membuatkan toko online di *platform e-commerce* seperti Tokopedia,

Shopee dan Buka Lapak dan akan selalu *update* setiap minggunya secara berkala.

b. Periklanan (*Advertising*)

Merancang dan membuat akun media sosial Instagram yang akan digunakan untuk mengiklankan Toko Lily Jaya serta memberikan

informasi kepada konsumen mengenai produk yang dijual oleh toko.

Metodenya adalah mem-*posting* informasi tentang produk dan pengadaan *sale/clearing stock* serta membuat halaman media sosial

Toko Lily Jaya semenarik mungkin agar calon konsumen pun tertarik untuk mengunjungi halaman tersebut.

### 1.5 Manfaat Proyek

Manfaat dari kegiatan Kerja Praktek ini yaitu :

1. Bagi Perusahaan

- a. Meningkatkan omzet penjualan Toko Lily Jaya.
- b. Meningkatkan *awareness* masyarakat akan keberadaan Toko Lily Jaya sebagai salah satu penjual barang *home décor*.
- c. Dapat melakukan penjualan secara *online*.

2. Bagi Mahasiswa

Agar dapat mengimplementasikan hasil pembelajaran dan ilmu yang diperoleh di universitas serta meningkatkan kemampuan dengan cara terjun langsung ke dunia bisnis serta sebagai bahan referensi untuk mahasiswa selanjutnya yang akan melakukan kegiatan Kerja Praktek dengan menerapkan pemasaran 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 Lily Jaya, struktur organisasi toko, kegiatan operasional toko dan sistem yang pernah diterapkan oleh Toko Lily Jaya.

### **BAB IV: METODOLOGI**

Bab ini mejabarkan 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 Lily Jaya, 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 Lily Jaya setelah menerapkan rancangan strategi tersebut.

## BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN

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