

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Berdirinya suatu perusahaan sebagai sebuah organisasi tentunya memiliki visi dan misi masing – masing dimana tujuan utamanya adalah memperoleh keuntungan atau biasanya disebut dengan profit untuk memenuhi keberlangsungan hidupnya. Pertumbuhan atas profit yang didapatkan dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan atas menjalankan operasional perusahaan. Pada umumnya perusahaan dituntut untuk berkembang agar mampu bersaing di dunia bisnis untuk mencapai tujuan secara efisien. Dalam pencapaian tujuan tersebut, setiap perusahaan dituntut untuk terus mengevaluasi dan melakukan peningkatan di bidang pemasaran yang baik dan tersistematis.

Kondisi saat ini membuktikan bahwa semakin tinggi angka pertambahan perusahaan baru. Apalagi seiring dengan perkembangan zaman dimana seseorang tidak perlu lagi memiliki gedung atau badan usaha formal untuk menjalankan usaha. Pada masa ini sekumpulan orang atau bisa disebut dengan organisasi cukup memiliki toko *online* dan sudah bisa menjalankan operasional dan kegiatan jual menjual produk. Modal besar tidak lagi terlalu diperlukan untuk mendirikan toko fisik atau *offline store* agar dapat memiliki sebuah usaha.

Semakin bertambahnya toko *online* yang menjual produk kecantikan wanita, maka perusahaan akan menjumpai tingkat persaingan yang tinggi dalam memasarkan produk dan memanfaatkan peluang yang

ada di pasar dan tidak bisa dimanfaatkan oleh pesaingnya yang lain. Pada tahap inilah strategi pemasaran dinilai sangat penting, karena kebanyakan

perusahaan saat ini lebih fasih dalam memproduksi barang dibandingkan memasarkan barang hasil produksinya sendiri. Teori pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri atas

kemampuan pemenuhan permintaan kebutuhan dan keinginan pasar serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara efektif dan efisien dibandingkan pesaingnya. (Armstrong, Gary & Philip, 2012)

Pemasaran yang baik dan sistematis dapat membawa nama dari perusahaan menjadi lebih cepat dikenal dan meluas dengan ruang lingkup yang lebih luas sehingga melebarkan potensial pembeli yang akan mereka

dapatkan pula. Strategi pemasaran produk yang dianggap sangat efektif, efisien, serta sering digunakan oleh banyak orang saat ini adalah metode *digital marketing*.

Metode pemasaran digital yang saat ini paling mudah digunakan dikebanyakan kalangan pengusaha *online* ialah pemasaran di dunia sosial media instagram. Bentuk pemasaran di sosial media instagram menjadi

metode pemasaran yang sangat efektif dan efisien masa kini, karena dinilai mampu menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan target pasar yang lebih fokus pada sasaran apabila dilakukan dengan cara yang benar. Selain

itu, metode pemasaran ini juga bisa disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dan *budget* yang akan dikeluarkan untuk bidang marketing.

Sebelum melakukan pemasaran yang lebih luas melalui fitur-fitur yang telah disediakan oleh sosial media instagram, alangkah baiknya feeds



instagram ditata dan susun agar lebih rapih, *eye-catching*, dan lebih menjunjung nilai estetika foto di samping kualitas fungsional produk. Jika feeds pelapak sudah sesuai ekspektasi dan menunjukkan produk yang mereka jual dengan jelas dan enak dipandang, maka akun pelapak *online* tersebut dinyatakan siap untuk dipromosikan ke dunia sosial media yang lebih luas.

Gordes Indonesia adalah salah satu toko *online* yang menjual produk perawatan kulit tubuh yang ada di Batam. Gordes Indonesia didirikan oleh Bapak Yoga pada tahun 2018 di bulan Februari. Produk-produk yang dimiliki oleh toko ini terdiri dari serum badan, krim pemutih kulit, serta minuman detoks herbal dimana termasuk dalam kategori perawatan atau kecantikan. Toko *online* Gordes Indonesia telah beroperasi selama kurang lebih hampir 2 tahun hingga saat ini.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan dunia digital mulai mendominasi dunia perekonomian. Toko *online* akan terus bertambah seiring dengan kemajuan teknologi, dan karakter pembeli juga lambat laun akan berubah karena kemudahan yang ditawarkan oleh internet dan *smartphone*. Berdasarkan data yang ada, produk kecantikan dan fashion wanita merupakan produk yang paling sering dijual dan dibeli melalui internet, dimana rata - rata para pembeli berumur sekita 24 - 35 tahun. Berhubung sangat banyaknya pesaing dalam bidang yang sejenis membuat Toko *online* Gordes Indonesia merasa perlu lebih membenahi diri dengan ilmu marketing yang lebih memadai agar mampu bersaing pada era digital ini.

Berdasarkan uraian tersebut, perlu adanya penerapan sistem pemasaran yang berlaku di unit usaha kecil mikro dan menengah yang dilaporkan dalam bentuk laporan kerja praktek dengan judul **“Perancangan dan Implementasi Strategi 4P pada Online Shop Gordes Indonesia”**

## 1.2 Ruang Lingkup

Penulis akan menyusun laporan kerja praktek berdasarkan observasi yang dilakukan di sebuah toko *online* yang bernama Gordes Indonesia. Hal yang akan dicermati dalam observasi ini adalah 4P (*Product, Price, Place & Promotion*) pada toko *online* Gordes Indonesia.

## 1.3 Tujuan Proyek

Tujuan dari Kerja Praktek ini diantaranya sebagai berikut:

- a. Menyumbangkan ide – ide beserta strategi - strategi yang kemudian akan dikembangkan dan diterapkan melalui sosial media untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas
- b. Menerapkan promosi berdasarkan kebutuhan dan *budget* pemilik melalui sosial media
- c. Meningkatkan omzet dari toko *online* Gordes Indonesia yang beromzet Rp 15.000.000,-/ bulan menjadi Rp 25.000.000,- hingga Rp 30.000.000,-/bulan



#### 1.4 Luaran Proyek

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar pemilik usaha dapat memperoleh pengetahuan atas usahanya sehingga mampu merancang strategi baru bagi kemajuan usahanya. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat diimplementasikan di toko *online* Gordes

Indonesia. Hal yang diharapkan dapat diimplementasikan yaitu antara lain:

- a. Menampilkan *feeds* instagram yang menarik (*eye catching*)
- b. Membuat paket produk tertentu dengan harga spesial

- c. Melakukan promosi perkenalan produk – produk melalui sosial media

#### 1.5 Manfaat Proyek

Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan proyek kerja praktek ini antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat bagi mahasiswa

Mahasiswa yang terlibat dalam perancangan strategi 4P memperoleh dan mengimplementasikan ilmu melalui pengembangan dari pengetahuan dan teori tertulis yang didapatkan selama perkuliahan.

- b. Manfaat bagi perusahaan

Sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi pihak *owner* serta dapat dijadikan pedoman dalam usaha mempertahankan dan meningkatkan jumlah pendapatan dan jumlah pelanggan.

## 1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk memberikan uraian

secara garis besar mengenai isi dan pembahasan masing-masing bab.

Pembahasan penelitian ini terdiri dari tujuh bab sebagai berikut:

### BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini terurai secara singkat mengenai latar belakang penelitian, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori yang akan digunakan sebagai komponen dan informasi yang relevan mengenai

pemasaran digital melalui sosial media instagram.

### BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini membahas mengenai identitas dan struktu

perusahaan, aktivitas atau operasional perusahaan, serta strategi atau sistem yang diadopsi perusahaan.

### BAB IV : METODOLOGI

Dalam bab ini membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, teknik pengumpulan data, proses dan tahapan perancangan, serta jadwal pelaksanaan proyek.

### BAB V : ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini akan menjabarkan analisa data dan implementasi sistem serta batasan implementasi dalam perusahaan.

BAB VI : IMPLEMENTASI

Dalam bab ini akan membahas proses implementasi dan kondisi setelah implementasi.

BAB VII : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan ditarik kesimpulan dan saran yang diberikan penulis kepada pemilik terkait hal-hal yang ditemukan selama kerja praktek dilaksanakan.