

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era perkembangan teknologi yang pesat, setiap individu tidak terlepas dari *device* yang saling menghubungkan telekomunikasi antar individu. Salah satu *device* yang saat ini menjadi kebutuhan hampir setiap orang adalah *Smartphone*. *Smartphone* memudahkan setiap individual untuk berkomunikasi tanpa adanya *barrier* jarak yang membatasinya. *Smartphone* juga dapat membantu setiap individu untuk mengabadikan setiap momen yang dilalui dengan menggunakan *device* tersebut. Hiburan seperti permainan, musik juga tersedia semuanya didalam *Smartphone*, sehingga *Smartphone* sudah menjadi kebutuhan hampir setiap individu.

Pesatnya kemajuan teknologi dan informasi mengubah kehidupan masyarakat luas dalam memperoleh berita juga hiburan. Platform seperti *Facebook* juga meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap dunia digital. Data menunjukkan bahwa jumlah *smartphone* di Indonesia mencapai 355.500.000 juta yang artinya jumlah *smartphone* melebihi populasi jumlah penduduk di Indonesia (*"Indonesia Digital 2019: Tinjauan Umum,"* 2019). Ini menunjukkan bahwa *demand* akan *Smartphone* di Indonesia sangat tinggi. Hal inilah yang menjadi dasar owner Vixit Case untuk ikut serta dalam potensi pasar aksesoris *smartphone* di Indonesia.

Owner Vixit Case melihat potensi *market smartphone* di Indonesia yang besar diikuti dengan *demand* akan aksesoris *smartphone* sehingga memulai dengan melakukan aktivitas penjualan *Custom Case* atau Casing *Smartphone* yang tampilannya bisa dibuat sesuai dengan keinginan. Awalnya, Owner Vixit Case melakukan penjualan dengan metode penjualan *Online* secara konvensional. Konvensional dalam artian kata hanya melakukan posting di media sosial dan berharap terjadi pembelian tanpa adanya potensi yang jelas. Biasanya, akan dilakukan posting di akun facebook terkait informasi penjualan *Custom Case*. Pada awalnya, owner Vixit Case mendapatkan respons yang positif mengenai penjualan yang terjadi karena postingannya tersebut. Namun setelah melewati beberapa hari, owner mulai merasakan sepi penjualan yang mungkin diakibatkan oleh

kebosanan terkait foto yang diupload oleh Vixit Case ke media sosial. Inilah yang mengakibatkan terjadinya penurunan penjualan. Adapun data penjualan yang diperoleh dari owner vixit case adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Data Penjualan Vixit Case**

<b>Bulan ke</b>	<b>Jumlah Pesanan per Bulan</b>	<b>Harga Custom Case</b>	<b>Nilai Total Penjualan</b>
1	± 13 pcs	Rp90.000	Rp1.170.000
2	± 15 pcs	Rp90.000	Rp1.350.000
3	± 8 pcs	Rp90.000	Rp720.000
4	± 10 pcs	Rp90.000	Rp900.000
5	± 5 pcs	Rp90.000	Rp450.000
6	± 10 pcs	Rp90.000	Rp900.000
7	± 9 pcs	Rp90.000	Rp810.000
8	± 12 pcs	Rp90.000	Rp108.000
9	± 3 pcs	Rp90.000	Rp270.000
10	± 10 pcs	Rp90.000	Rp900.000
11	± 7 pcs	Rp90.000	Rp630.000
12	± 2 pcs	Rp90.000	Rp180.000

Terjadi penurunan penjualan serta ketidakstabilan penjualan membuat owner Vixit Case bingung mengenai prospek bisnis *Custom Case* untuk kedepannya. Kuantitas penjualan yang tercermin pada tabel 1.1 mencerminkan adanya kebosanan audience yang diberikan offer sehingga tidak terjadi penjualan sesuai yang diekspektasikan. Hal ini bisa saja terjadi karena *Audience* yang dimiliki mempunyai batas *Reach Limitation* sehingga orang yang melihat offer tersebut hanyalah yang terkoneksi dengannya. Hal ini juga mengindikasikan bahwa kurangnya *Traffic* untuk memperbanyak lalu lintas yang masuk kedalam *sales page* yang disediakan agar terjadi penjualan seperti yang diharapkan.

Berdasarkan permasalahan yang tertera di atas, peneliti ingin melaksanakan observasi dengan berjudul **“Penerapan *Digital Marketing* pada Toko Online Vixit Case dengan pemanfaatan Media Sosial *Instagram* dan Perancangan *Landing Page* serta *Paid Traffic*”**.

## 1.2 Ruang Lingkup

Lingkup dari proyek ini adalah merancang penjualan secara online dengan menggunakan metode yang lebih terukur sehingga strategi yang akan diimplementasikan dapat direalisasikan dengan baik serta ada dasar evaluasi yang jelas dalam rangka meningkatkan penjualan. Adapun metode yang terukur adalah metode yang menggunakan matriks report yang menunjukkan statistik sebagai acuan untuk melakukan evaluasi dan pembenahan terhadap strategi yang telah diimplementasikan.

## 1.3 Tujuan Proyek

Peneliti melaksanakan laporan kerja praktek tersebut dengan tujuan memenuhi persyaratan kelulusan pendidikan S-1 Program Manajemen. Tujuan proyek dari pelaksanaan kerja praktek tersebut adalah:

1. Menyediakan wadah untuk melakukan penjualan online dengan memanfaatkan *Digital Marketing* secara terstruktur dan terukur bagi Vixit Case.
2. Menyediakan wadah untuk melakukan pengukuran lalu lintas (*traffic*) calon customer yang datang ke Vixit Case.
3. Meningkatkan Lalu Lintas (*Traffic*) yang masuk ke Vixit Case dengan metode *Paid Traffic*.
4. Menyediakan *Key Performance Indicator* untuk Vixit Case dalam meningkatkan omset penjualan yang diukur dengan kuantitas penjualan dalam range 20 sampai 30 item setiap bulannya.

## 1.4 Luaran Proyek

Yang menjadi luaran proyek dalam pembuatan laporan kerja praktek tersebut yaitu:

1. Rancangan wadah untuk melakukan penjualan online dengan memanfaatkan *Digital Marketing* secara terstruktur dan terukur bagi Vixit Case berupa *Instagram Business Account*.

2. Rancangan wadah untuk melakukan pengukuran terhadap lalu lintas (*traffic*) calon customer yang masuk dengan *Landing Page* berupa *Website*.
3. Metode Peningkatan lalu lintas (*traffic*) calon customer dengan *Paid Traffic* yang direalisasikan dengan penggunaan *Facebook Ads* sebagai sarana untuk mendapatkan sumber *traffic*.
4. Rancangan *Key Performance Indicator* (KPI) terhadap evaluasi setiap strategi yang dijalankan dengan menggunakan *software Microsoft Excel*

### 1.5 Manfaat Proyek

Manfaat penulis melakukan observasi pada Vixit Case adalah sebagai berikut:

1. Memudahkan pemilik usaha untuk mengerti permasalahan yang dihadapi.
2. Memudahkan pemilik usaha untuk memahami metode penjualan yang lebih terstruktur dan terukur.
3. Memudahkan pemilik usaha untuk memahami sumber *traffic* yang lebih agresif.
4. Memudahkan pemilik usaha untuk memahami evaluasi dari setiap strategi yang dilakukan.

### 1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disusun agar dapat memberikan penjelasan isi mengenai pembahasan yang terdapat pada masing-masing bab yang disusun oleh penulis pada penyusunan laporan kerja praktek. Berikut merupakan uraian sistematika pembahasan:

#### BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini, akan dijelaskan mengenai latar belakang permasalahan, ruang lingkup proyek, tujuan proyek, luaran proyek, manfaat proyek serta sistematika permasalahan penelitian, tujuan serta manfaat penelitian juga sistematika pembahasan atas penyusunan laporan kerja praktek.

## BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, akan dijelaskan mengenai teori, temuan, hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya serta informasi lain yang didapatkan dari sejumlah referensi untuk dijadikan sebagai acuan dalam melakukan pelaksanaan topik kerja praktek yang dibahas.

## BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini, akan dijelaskan mengenai identitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan, aktivitas kegiatan operasional perusahaan serta sistem yang diterapkan oleh perusahaan saat ini.

## BAB IV: METODOLOGI

Pada bab ini, akan dipaparkan tentang desain juga metode yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian supaya dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

## BAB V: ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini, dijelaskan isi berupa gambaran hasil dari wawancara yang dilakukan mahasiswa di tempat kerja praktek, perancangan alat, sistem serta kendala atas implementasi yang telah dilakukan.

## BAB VI: IMPLEMENTASI

Bab ini akan menjelaskan terkait proses yang terjadi pada tahap implementasi serta *feedback* yang diperoleh dari hasil perancangan yang diimplementasikan di tempat kerja praktek mahasiswa

## BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan serta saran mengenai hal-hal dan permasalahan yang ada selama melakukan aktivitas kerja praktek.