

## BAB V

### ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

#### 5.1 Analisis Data

Kerja praktek tersebut dilaksanakan sekitar 12 minggu atau 3 bulan sejak bulan Oktober 2019 hingga bulan Desember 2019. Selama masa observasi didapatkan masalah berupa keadaan pasar yang sudah mulai sepi karena efek digital dan tidak adanya promosi yang dilakukan oleh pihak toko karena mereka hanya menyampaikan melalui mulut ke mulut atau biasa di sebut *mouth to mouth*. Sejak beberapa tahun terakhir, tepatnya dari tahun 2016 tingkat penjualan dari Toko Cahaya Laut semakin lama semakin menurun karena munculnya pesaing baru yang berada di sekitar lokasi toko dan juga semakin majunya perkembangan teknologi yang membuat masyarakat jadi tidak perlu berbelanja langsung ke pasar dan dapat memanfaatkan teknologi tersebut untuk berbelanja tanpa harus bertatap muka. Sekarang Toko Cahaya Laut sedang berusaha mencari solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut karena jika tidak segera dilakukan, lama kelamaan bisnis mereka bisa tutup. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan membuat akun Instagram sebagai media promosi dan mendaftarkan toko ke Tokopedia dan Bukalapak sebagai tempat untuk berjualan secara *online*.

#### 5.2 Perancangan Luaran Proyek

Selama menjalankan proses kerja praktek, penulis menyusun beberapa strategi untuk membantu memasarkan Toko Cahaya Laut, yaitu :

1. Mendaftarkan alamat *e-mail* atas nama Toko Cahaya Laut sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan konsumen dan *supplier* serta sebagai alat membuat akun toko *online* di Tokopedia dan Bukalapak.
2. Merancang dan membuat pemasaran *digital* melalui Instagram dan mendaftarkan toko ke *platform e-commerce* (C2C) seperti Tokopedia dan Bukalapak.
3. Mempromosikan produk yang dijual melalui akun Instagram yang telah dibuat dengan cara memposting berbagai produk yang dijual dengan tampilan semenarik mungkin sehingga pelanggan tertarik untuk membeli.

4. Mengajarkan para pemilik toko dan beberapa karyawan mengenai cara mengoperasikan aplikasi instagram serta platform *e-commerce* seperti Tokopedia dan Bukalapak agar mereka tahu dan dapat memanfaatkannya secara maksimal.

### 5.3 Kendala Impelementasi

Dalam menjalankan proses implementasi, terdapat beberapa kendala yang dihadapi yaitu :

1. Keterbatasan waktu sehingga proses pengajaran kepada pemilik toko dan karyawan harus dilakukan dengan cepat dalam memahami cara pengoperasian Instagram , Tokopedia dan Bukalapak.
2. Pemilik toko juga mengalami kendala dalam memahami cara berjualan secara *online* dikarenakan minimnya pengetahuan mengenai teknologi.