

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan Perusahaan

3.1.1 Temuan Masalah

Permasalahan yang terjadi saat terjadinya pada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya adalah minimnya promosi di media sosial yang sedang digandrungi oleh kebanyakan anak muda saat ini, sehingga perusahaan sulit untuk mendapatkan calon mahasiswa jika hanya mengandalkan media promosi secara offline.

3.1.2 Perumusan Masalah

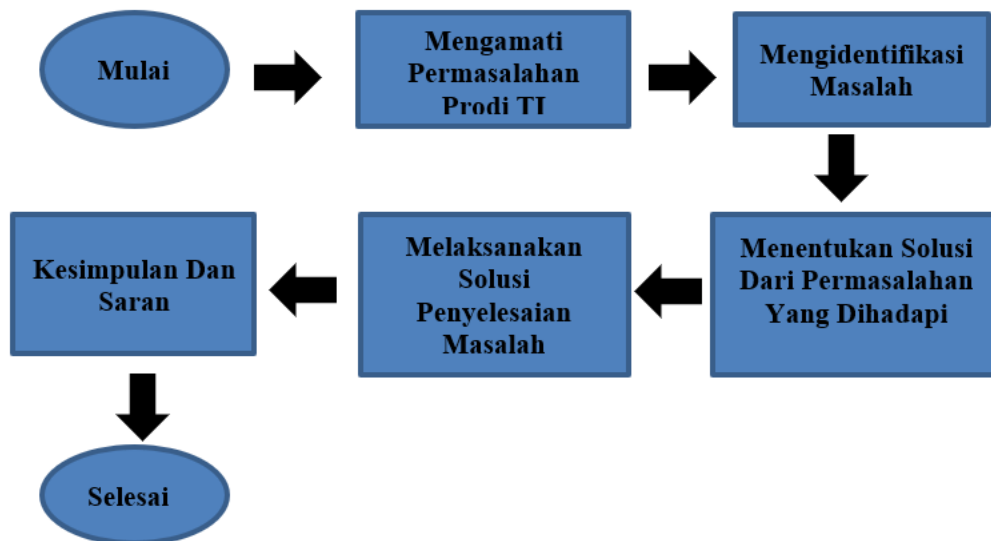
Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, ada dua pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan:

- a. Bagaimana perusahaan melakukan inovasi konten pemasaran digital terkini serta mengikuti trend yang ada pada anak muda zaman sekarang.
- b. Bagaimana caranya memberikan pelayanan yang baik terhadap calon mahasiswa?
- c. Apakah akan ada Sales Force selanjutnya yang mengembangkan promosi prodi Teknik Informatika?

3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Berikut ini adalah kerangka pemecahan masalah yang ada di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

Gambar 1.3 Kerangka Pemecahan Masalah



3.1 Landasan Teori

3.2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia.

3.2.2 Pengertian Media Sosial

Media Sosial adalah penghubung digital yang memfasilitasi pengguna agar dapat berinteraksi satu sama lain dan berbagi kata-kata, gambar, dan video. Hal ini membantu pengguna untuk terhubung satu sama lain dan melakukan berbagai hal bersama. Bahkan media sosial juga memungkinkan pengguna untuk berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

3.2.3 Pengertian Sales Force

Sales Force adalah departemen, tim atau karyawan di sebuah perusahaan yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam proses penjualan produk dan jasa. Oleh karena itu, dapat kita pahami bahwa Sales Force sebagai tenaga penjualan. Tugas utama posisi ini adalah menentukan strategi penjualan dan mengelola teknologi untuk meningkatkan penjualan produk atau layanan serta mendorong bisnis perusahaan.

3.2 Metode Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam laporan kerja lapangan ini adalah menggunakan analisis deskriptif dengan mengumpulkan data menggunakan teknik observasi. Dengan mengamati langsung permasalahan yang ada pada prodi Teknik Informatika. Hal ini bertujuan untuk memberikan hasil yang relevan dengan permasalahan yang ada. Metode ini menjelaskan gejala masalah yang ada dan kondisi yang sudah ada sebelumnya.

3.3 Rancangan Program Yang Akan Dibuat

Melakukan Pemasaran Digital dengan menggunakan Digital Marketing yang inovatif. Dengan menerapkan program pemasaran yang inovatif melalui gimic ini sangat membantu tim pemasaran konvensional melalui tim pemasaran digital Darmajaya untuk memasarkan kampus Institut Informatika & Bisnis Darmajaya khususnya pada prodi Teknik Informatika dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Tiktok.

