

## **BAB III PERMASALAHAN PERUSAHAAN**

### **3.1 Analisa Permasalahan Yang Dihadapi Perusahaan**

#### **3.1.1 Temuan Masalah**

Myrepublic adalah perusahaan penyedia layanan internet dan telekomunikasi yang beroperasi di beberapa negara. Meskipun setiap perusahaan memiliki tantangan uniknya sendiri, beberapa permasalahan umum yang mungkin dihadapi oleh Myrepublic atau perusahaan sejenisnya meliputi:

a. Persaingan harga

Persaingan sengit adalah salah satu permasalahan yang dihadapi oleh banyak perusahaan, termasuk MyRepublic. Dalam industri telekomunikasi dan penyedia layanan internet seperti MyRepublic, persaingan biasanya sangat tinggi karena banyaknya pemain di pasar yang menawarkan layanan serupa

b. Kualitas layanan

Pelanggan mengharapkan kualitas layanan yang tinggi, termasuk kecepatan internet yang cepat, koneksi yang stabil, dan dukungan pelanggan yang responsif. Myrepublic harus terus memperbaiki infrastruktur dan layanan mereka untuk memenuhi harapan pelanggan.

#### **3.1.2 Perumusan Masalah**

Bagaimana cara maksimal mencari pelanggan baru

#### **3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah**

Berikut adalah beberapa langkah untuk melakukan evaluasi tersebut:

a. Analisis Tren Pasar

b. Evaluasi Media dan Saluran Pemasaran

## **3.2 Landasan Teori**

### **3.2.1 Pengertian strategis promosi**

Promosi dipandang sebagai arus persuasi atau informasi satu arah yang mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam masyarakat. Jadi promosi merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut, karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Strategi promosi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan

Kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

### **3.2.2 Peningkatan penjualan**

Penjualan atau Menjual yakni aktivitas menjual produk atau jasa. Penjualan adalah mengenai kepercayaan diri dan daya pengaruh. Menurut Kotler, Philip dan Armstrong.

Rachmawati, mengemukakan bahwa permintaan pasar dapat diukur dengan menggunakan volume fisik maupun volume rupiah. Sehingga pengukuran volume penjualan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu didasarkan jumlah unit produk yang terjual dan didasarkan pada nilai produk yang terjual (omzet penjualan).

## **3.3 Metode yang digunakan**

Dalam hal ini penulis menggunakan metode dalam laporan Kerja Praktik (KP) ini adalah menggunakan metode analisis deskriptif dengan pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara. Dengan mengobservasi pada perusahaan tersebut, langsung yang bertujuan untuk memberikan hasil terkait sebuah permasalahan yang ada.

Metode ini menjelaskan gejala-gejala permasalahan yang sudah ada dan dengan kondisi yang sudah terjadi. Serta melakukan wawancara langsung kepada pelanggan wifi myrepublic untuk mencari permasalahan permasalahan promosi yang ada.

### **3.4 Rancangan Program yang akan dibuat**

Melakukan pemasaran digital dengan menggunakan konsep yang tertata dan kreatif. Dengan melakukan program marketing yang kreatif melalui iklan ADS.