

## **BAB III**

### **PERMASALAHAN PERUSAHAAN**

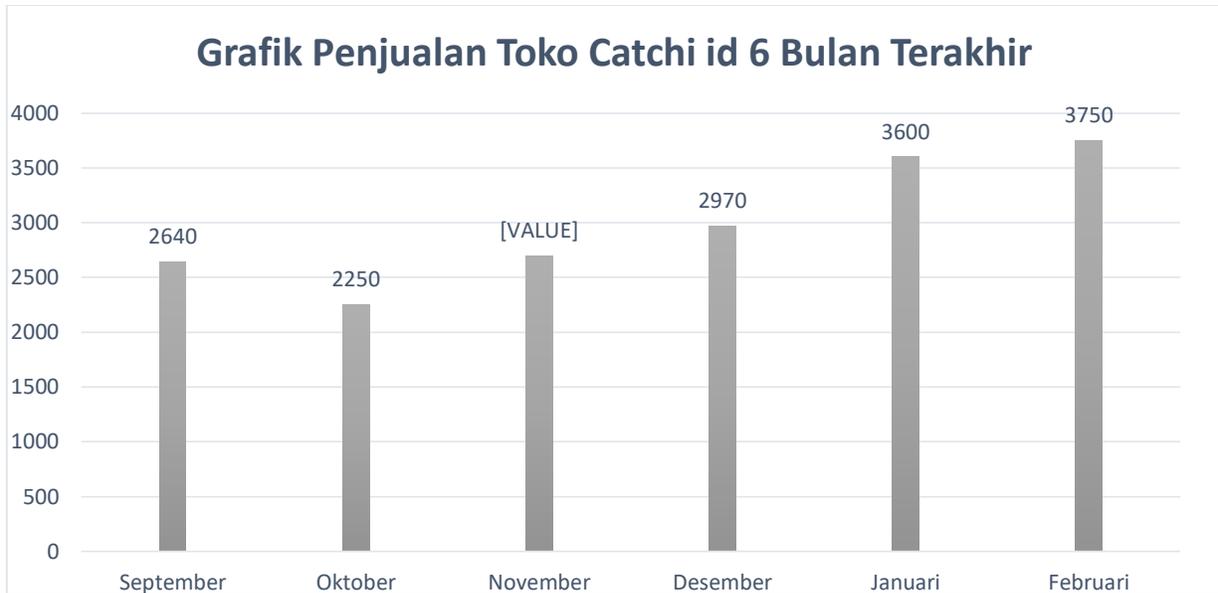
#### **3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan**

##### **3.1.1 Temuan Masalah**

Pemasaran merupakan salah satu aspek terpenting dalam kegiatan bisnis yang dibuat untuk menentukan rancangan produk, harga, promosi, tempat, distribusi produk, sumber daya, dan konsep penjualan. Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting, karena pemasaran mempunyai kedudukan sebagai perantara antara produsen dan konsumen dalam melakukan transaksi penjualan dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selanjutnya perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu mengembangkan strategi pemasarannya, agar mampu bertahan dalam persaingan usaha yang beraneka ragam dan berdampak pada persaingan usaha yang sejenis.

Toko Catchi id yang bergerak di bidang fashion khusus wanita dari berbagai model seperti baju kemeja, rajut, sweater, celana, rok, atau pun berbagai accessorice seperti tas, gelang, jam tangan, dan berbagai accessories lainnya. Pakaian yang merupakan salah satu produk fashion merupakan kebutuhan pokok manusia sehingga pasti permintaan terhadap produk fashion tidak akan hilang dan bahkan terus bertambah seiring semakin bertambahnya manusia.

Tetapi semakin banyaknya persaingan yang ada semakin susah pula untuk menaikkan penjualan yang berbasis digital atau penjualan online, karena yang kita ketahui pada tahun 2024, semua penjualan rata-rata meningkat melalui penjualan online, karena persaingan pasar yang semakin meningkat dan promosi yang kurang membuat penjualan tidak berkembang dengan pesat dan sangat berpengaruh akan kemajuan income dari toko.



**Gambar 5. Grafik Kuantitas penjualan Toko Catchi id 6 bulan terakhir**

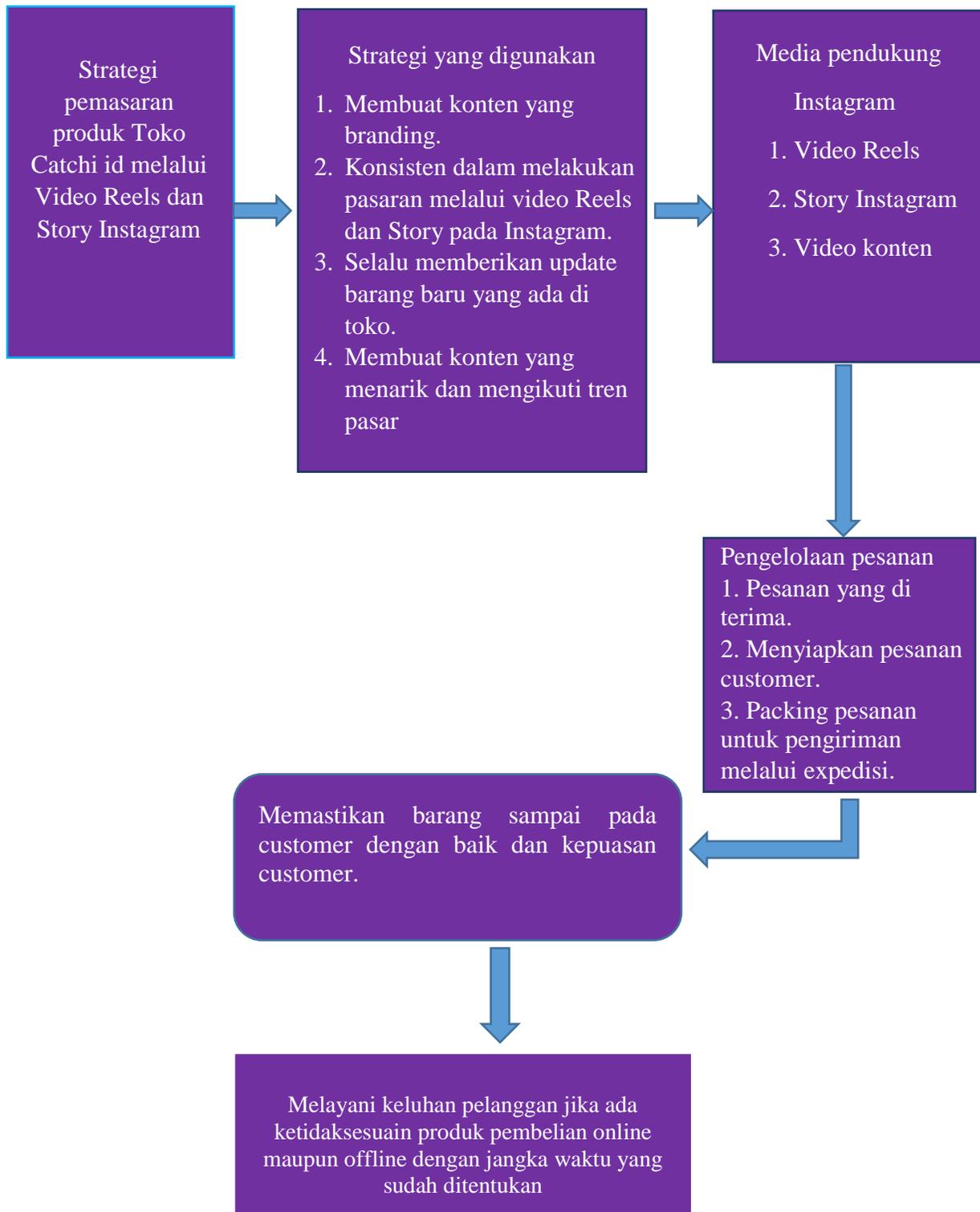
Penjualan toko Catchi id dalam 6 bulan terakhir dapat terlihat pada grafik di atas, terdapat perbedaan penjualan setiap bulannya baik dengan adanya peningkatan atau penurunan penjualan Per PCS sesuai pada grafik yang tertera. Peningkatan tersebut, disebabkan oleh faktor promosi secara berlanjut serta antusias dari audiens dan viewers dalam media promosi tersebut. Sedangkan, faktor utama penurunan penjualan tersebut disebabkan karena kurangnya pemasaran dan kurang stabilnya penggunaan Instagram untuk media promosi, dan ada beberapa faktor lainnya seperti tidak stabilnya cuaca salah satu penyebab penurunan. Maka dari itu, pemasaran pada instagram harus ditingkatkan untuk mendorong peningkatan penjualan pada bulan-bulan berikutnya. Agar, tetap menstabilisasikan peningkatan penjualan, sumber : Kepala Toko Catchi.id

### 3.1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan temuan masalah diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah Strategi pemasaran melalui video Reels Instagram pada toko Catchi id yang belum mampu mengikuti tren?
2. Apakah Strategi pemasaran produk toko Catchi id melalui Story Instagram belum terjadwal dengan rutin ?

### 3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah



## 3.2 Landasan Teori

### 3.2.1 Pengertian

Adapun pengertian Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli sebagai berikut :

#### 1. Tjiptono dan Diana (2020:3)

Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

#### 2. Laksana (2019:1)

Strategi pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

#### 3. Palmatier, R. W., dan Sridhar, S. (2020)

Strategi Pemasaran menawarkan pendekatan yang unik dan dinamis berdasarkan empat prinsip dasar yang mendukung pemasaran saat ini: Semua pelanggan berbeda; Semua pelanggan berubah; Semua pesaing bereaksi; dan Semua sumber daya terbatas. Kerangka terstruktur dari buku teks yang diakui ini memungkinkan pemasar untuk mengembangkan strategi yang efektif dan fleksibel untuk menangani beragam masalah pemasaran dalam berbagai keadaan.

#### 4. Kolter (2019:135)

Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menetapkan harga suatu produk sampai memasarkannya serta mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memberi kepuasan pembeli aktual serta potensial.

## 5. Yulianti, F., Lamsah , Dan priyadi (2019)

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. tiga faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran yaitu :

1. Strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup, yaitu tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.
2. Posisi persaingan perusahaan di pasar. Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.
3. Situasi ekonomi. Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.

### 3.3 Metode Yang Digunakan

Berdasarkan permasalahan yang sudah dirumuskan, maka dapat dilakukan beberapa metode untuk digunakan dan mencari solusi dari permasalahan yang ada Toko Catchi id. Beberapa metode tersebut adalah :

#### 1. Melakukan perencanaan konten

Membuat perencanaan konten untuk toko Catchi id tentu penting dilakukan sebelum kita membuat sebuah konten promosi. Perencanaan konten ini dilakukan supaya konten yang akan kita buat menjadi lebih terstruktur sehingga para audiens tidak merasa bosan saat melihat.

#### 2. Mengatur jadwal promosi yang konsisten

Adanya jadwal untuk promosi pada toko Catchi id ini juga penting dilakukan supaya pengunggahan konten bisa terstruktur. Dengan demikian dapat mendorong audiens menjadi penasaran mengenai konten-konten apa sajakah yang akan diupload sesuai dengan jadwal yang dibuat, Pengaturan jadwal ini juga penting dilakukan supaya kita konsisten untuk membuat konten Konsisten adalah kunci. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, kita bisa mengatur jadwal promosi supaya bisa konsisten membuat konten.

### **3. Konten yang menarik dan sesuai tren pasar**

Yang harus kita lakukan toko Catchi id salah satunya adalah membuat konten yang menarik sesuai tren pasar agar audiens pun tidak bosan untuk melihat konten. Dan melakukan promosi setiap barang baru yang datang agar customer pun mengetahui barang-barang yang tersedia di toko Catchi id.

### **4. Melakukan *try on* setiap datang barang baru**

Melakukan *try on* pada barang barang yang baru datang sangat lah penting dan harus dilakukan oleh toko Catchi id agar para audiens dan viewers Catchi id mengetahui barang barang baru apa saja yang tersedia di toko Catchi id, *Try on* salah satu promosi yang harus di lakukan dan sangat berpengaruh pada toko Catchi id.

### **3.4 Rancangan Program Yang Dibuat**

Mahasiswa kerja praktik merancang sebuah program yang tujuannya untuk mengembangkan strategi pemasaran penjual produk perusahaan, Program yang diusulkan ini merupakan bagian dari bauran pemasaran. Membuat take video Reels dan Story Instagram setiap hari pada jadwal yang sudah di tentukan agar audiens pun mengetahui informasi terbaru dan mudah mengetahui barang apa saja yang tersedia di toko Catchi id, Dan jika dijalankan dengan terus menerus pada Reels dan Story Instagram secara tidak langsung melakukan promosi produk ke pelanggan.

Ada pun program lain yang di buat yaitu melakukan Video Reels dan Story Instagram dengan terjadwal agar para audiens selalu mengetahui kapan Open atau Close toko Catchi id, dan membantu memperkenalkan barang barang baru apa saja yang ada di toko Catchi.id karna setiap barang baru yang datang akan selalu di lakukan *Try on* dan akan selalu di update di Instagram mempermudah untuk pemasaran pada toko Catchi.id.