

BAB III

PELAKSANAAN KP

Bab I 3.1 Analisa Permasalahan yang dihadapi Perusahaan

Permasalahan utama yang dihadapi Nuju Coffee berkaitan dengan kurangnya customer terhadap minat produk baru . dengan memperbarui desaign terhadap produk baru meningkatkan Digital Marketing melalui Instagram, diharapkan dapat membantu mengatasi masalah ini, sehingga dapat meningkatkan efisiensi Penjualan terhadap produk baru, kepuasan pelanggan, dan perkembangan bisnis.

1. Meningkatkan penjualan dengan strategi Digital Marketing yang Efektif

Nuju Coffee memiliki potensi besar untuk memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, sebagai alat promosi. Namun, saat ini pemanfaatan Instagram sebagai platform pemasaran masih belum optimal.

Meskipun Nuju Coffee telah berkembang dengan membuka beberapa cabang, namun mereka belum memanfaatkan Digital Marketing untuk meningkatkan efisiensi kepuasan terhadap produk baru kepada pelanggan.

I.1 3.1.1 Rumuhsan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, penulis merumuskan sebuah masalah yaitu “Bagaimana Nuju Coffee dapat memanfaatkan teknologi digital secara keseluruhan untuk bersaing secara efektif di industri FNB yang semakin kompetitif”?

I.2 3.1.2 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah ini mencakup langkah-langkah terstruktur untuk mengimplementasikan teknologi digital yang dapat meningkatkan efisiensi penjualan produk baru dan memperkuat strategi pemasaran Nuju Coffee, sehingga perusahaan dapat lebih bersaing di industri FNB.

1. Implementasi Digital Marketing Terhadap Produk baru



Gambar 3.1 Kerangka Implementasi Pemasaran Produk

3.2 . Landasan Teori

Landasan teori ini memberikan dasar konseptual yang mendukung implementasi digital dan strategi Digital Marketing di Nuju Coffee . Dengan mengacu pada teori-teori ini, perusahaan dapat mengembangkan Digital Marketing yang lebih efisien dan strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga mampu meningkatkan daya saing di pasar.

3.2 .1 Pengertian Digital

Menurut Musnaini, Suherman, Wijoyo, & Indrawan (2020) teknologi digital merupakan teknologi yang tidak lagi menggunakan tenaga manusia, atau manual. Tetapi cenderung pada sistem pengoprasian yang otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer.

3.2 .2 Pengertian Marketing

Marketing adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan serta bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Philip Kotler 2002).

3.2 .3 Pengertian Digital Marketing

Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran yang memanfaatkan internet dan berbagai teknologi informasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan (Juliana et al., 2020).

3.3 Metode yang digunakan

Terdapat dua metode yang digunakan dari penulis selama kegiatan Kerja Praktek (KP), yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara bertanya kepada responden. Ini merupakan teknik pengumpulan informasi melalui pertanyaan langsung kepada individu yang memiliki kewenangan terkait masalah tersebut. Dalam hal ini, penulis melakukan wawancara dengan OWNER / HRD PT SINGOSARI DUA TIGA.

b. Observasi

Observasi adalah kegiatan mengamati atau memperhatikan suatu objek, peristiwa, atau fenomena secara cermat dan sistematis dengan tujuan memperoleh data atau informasi. Dalam kegiatan observasi, kita menggunakan panca indera kita untuk mengumpulkan data secara langsung dari sumbernya.