

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

1.1 Analisa Permasalahan Yang Dihadapi Perusahaan

1.1.1 Temuan Masalah

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan permasalahan utamanya adalah kurangnya pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh pihak duta square dan kurangnya penawaran promo-promo menarik yang hampir tidak pernah diberikan oleh pihak duta square, seperti:

1. Tidak memanfaatkan media live di aplikasi e-commerce.

Dengan peningkatan yang terjadi di era zaman sekarang, aplikasi e-commerce telah menyajikan fitur live dimana para pesaing bisnis telah banyak yang menggunakannya untuk mempromosikan atau menjual produk di toko nya tersebut secara luas sehingga dapat di jangkau luas oleh konsumen . Namun Duta Square belum sepenuhnya memanfaatkan fitur tersebut, karna terkendala oleh SDM yang belum di khusus kan di bagian penjualan online dan content creator tidak memiliki jadwal rutin.

2. Belum menggunakan sosial media dengan maksimal.

Banyak pesaing bisnis sekarang yang telah memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, Whatsapp dan Shopee sebagai bentuk pengenalan produk langsung terhadap konsumen sehingga mereka dapat mengetahui harga dan barang apa saja yang di jual . Namun Duta Square belum bisa memaksimalkan media sosial tersebut sehingga banyak konsumen yang harus datang langsung untuk menanyakan ketersediaan barang yang ingin di beli atau mencari secara langsung barang apa saja yang di jual.

3. Tidak adanya promo atau diskon yang di berikan kepada konsumen.

Promo atau diskon sangat digemari oleh para konsumen bahkan dapat memancing keinginan konsumen untuk berbelanja. Namun Duta Square selama ini belum pernah memberikan diskon atau promo maupun di saat event tertentu, padahal pesaing bisnis telah banyak yang menggunakan sebagai strategi dalam menarik keinginan konsumen untuk berbelanja.

3.1.2 Perumusan Masalah

Dari pemahaman akan masalah yang telah di jelaskan, peneliti merumuskan masalah sebagi berikut: “Bagaimana strategi pemasaran online untuk memaksimalkan penggunaan fitur live dan media sosial di Duta Square dalam pengenalan atau penjualan produk serta mengadakan promo atau diskon yang dapat menarik konsumen berbelanja?”.

3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 2 1 Kerangka penyelesaian Masalah

3.2 Landasan Teori

3.2.1 Pengertian Pemasaran Online

- Menurut Chakti (2022:31) menyatakan bahwa pengertian pemasaran digital melalui media sosial merupakan sebuah platform internet yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi dengan pengguna lain, dan membantu ikatan sosial secara virtual. Media sosial memberikan kesempatan kepada pengguna untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika maupun tertunda, kepada audiens yang luas atau pun terbatas, dengan meningkatkan nilai dari konten yang dibuat oleh pengguna sendiri.

3.2.2 Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut kurtz (2021) pengertian strategi pemasaran ialah keseluruhan program perusahaan dalam menetapkan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membentuk kombinasi elemen dari marketing mix; produk, distribusi, promosi, dan harga.

3.3 Metode Yang Digunakan

Berdasarkan permasalahan yang sudah dirumuskan, maka dapat dilakukan beberapa metode untuk digunakan dan mencari solusi dari permasalahan yang ada di Duta Square. Beberapa metode tersebut adalah :

1. Membuat jadwal rutin.

Adanya jadwal yang rutin di duta square dalam melakukan live dan mengupdate barang baru dapat memudahkan konsumen untuk selalu mendapatkan info tentang produk terbaru serta diskon yang sedang di tawarkan. Sehingga dapat memungkinkan konsumen untuk selalu menunggu update terbaru tentang toko.

2. Memberikan diskon disaat momen tertentu.

Disaat tanggal khusus atau event tertentu duta square dapat memberikan diskon atau promo menarik. Dengan adanya diskon yang di tawarkan memungkinkan dapat membuat peningkatan penjualan karena konsumen biasanya lebih tertarik membeli produk diskon karna bisa menghemat. Dan saat diskon pun kita juga dapat mengeluarkan barang yang memiliki stok banyak atau yang kurang jalan sehingga kita juga dapat mengurangi stok di Gudang.

3.4 Rancangan Program Yang Dibuat

Peneliti merumuskan rancangan yang akan di buat adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan SDM khusus di bagian penjualan online dengan mencari karyawan baru yang memiliki pengalaman khusus atau melatih karyawan yang telah ada.
2. Membuat jadwal rutin dalam melakukan live dan update barang terbaru di media sosial.
3. Menentukan tanggal khusus untuk mengadakan diskon dan promo serta mencari barang yang akan di jual.