

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan yang dihadapi Perusahaan

Nyodok Pool & Bistro merupakan bisnis yang masih baru dan belum memiliki brand awareness yang kuat di kalangan masyarakat. Hal ini menyebabkan beberapa tantangan yang perlu diatasi agar bisnis dapat berkembang dan menarik lebih banyak pelanggan. Berikut adalah beberapa permasalahan utama yang dihadapi:

1. Kurangnya Branding dan Popularitas di Masyarakat

Sebagai bisnis yang baru berdiri pada April 2024, Nyodok Pool & Bistro belum memiliki tingkat popularitas yang cukup tinggi. Banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan dan layanan yang ditawarkan oleh tempat ini. Beberapa faktor yang menyebabkan kurangnya branding antara lain:

- Minimnya Publikasi di Media Sosial Konten yang diposting masih terbatas dan belum konsisten.
- Tidak Adanya Diferensiasi yang Menonjol Nyodok Pool & Bistro belum memiliki ciri khas yang membedakannya dari tempat billiard lain.
- Kurangnya Testimoni dan Review Pelanggan baru cenderung mencari ulasan sebelum mengunjungi tempat baru, tetapi karena masih sedikit review yang tersedia, hal ini mengurangi minat calon pelanggan.

2. Strategi Pemasaran Digital yang Belum Optimal

Saat ini, pemasaran digital Nyodok Pool & Bistro masih terbatas dan belum maksimal dalam menjangkau target audiens. Beberapa kendala utama yang menyebabkan rendahnya efektivitas pemasaran digital antara lain:

- Minimnya Konten Menarik di Instagram dan TikTok Konten promosi masih terbatas dan belum memiliki engagement tinggi.
- Kurangnya Penggunaan Fitur Media Sosial Secara Maksimal Belum banyak memanfaatkan fitur Instagram Reels, IG Live, atau TikTok Live yang bisa meningkatkan interaksi dengan audiens.
- Tidak Adanya Website atau Landing Page Tidak adanya landing page yang berisi informasi lengkap tentang lokasi, jadwal operasional, promo, dan event membuat pelanggan kesulitan mencari informasi.

3. Daya Tarik Tempat yang Belum Maksimal

Sebagai tempat hiburan baru, Nyodok Pool & Bistro perlu menciptakan daya tarik yang kuat agar pelanggan tertarik untuk datang dan bermain. Namun, beberapa tantangan masih perlu diperbaiki, seperti:

- Kurangnya Event dan Kompetisi Rutin Minimnya turnamen billiard atau acara hiburan yang dapat menarik komunitas billiard dan pelanggan baru.
- Fasilitas yang Perlu Lebih Dikenalkan Banyak masyarakat yang belum mengetahui keunggulan fasilitas yang ditawarkan dibandingkan dengan kompetitor.

- Harga dan Promosi yang Belum Dikenal Luas Belum banyak promo menarik yang dipublikasikan secara efektif di media sosial.

3.1.1 Rumusan Masalah

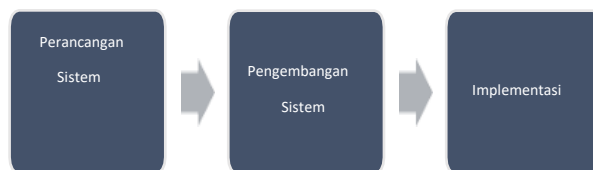
Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, penulis merumuskan sebuah masalah yaitu :

- Bagaimana cara mengoptimalkan pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk meningkatkan engagement dan menarik lebih banyak pelanggan?
- Bagaimana pemanfaatan landing page atau website dapat membantu memberikan informasi yang lebih terstruktur dan menarik bagi calon pelanggan?

3.1.2 Kerangka Pemecahan Masalah

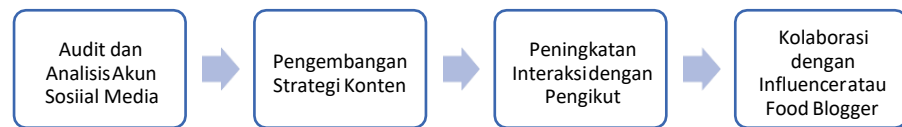
Kerangka pemecahan masalah ini mencakup langkah-langkah terstruktur untuk mengimplementasikan teknologi digital yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat strategi pemasaran Nyodok Pool & Bistro, sehingga perusahaan dapat lebih bersaing di industri alat permainan.

1. Implementasi Teknologi Sistem Informasi Berbasis Website



Gambar 3.1 Kerangka Implementasi Sistem Informasi

2. Optimalisasi Penggunaan Sosial Media sebagai Alat Pemasaran Digital



Gambar 3.2 Kerangka Optimalisasi Penggunaan Sosial Media

3.2 Landasan Teori

Landasan teori ini memberikan dasar konseptual yang mendukung implementasi website landing page serta strategi pemasaran digital di Nyodok

Pool & Bistro. Dengan mengacu pada teori-teori ini, perusahaan dapat mengembangkan sistem informasi berbasis web yang lebih efektif dan strategi pemasaran yang lebih optimal. Penerapan teknologi digital dalam bisnis diharapkan dapat meningkatkan visibilitas perusahaan, mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi, serta memperkuat daya saing dalam industri biliar dan hiburan

3.2.1 Landing Page

Landing page adalah halaman web yang dirancang khusus untuk tujuan pemasaran atau kampanye digital yang berfokus pada konversi pengunjung menjadi pelanggan. Halaman ini umumnya memiliki struktur sederhana dengan elemen yang mengarahkan pengunjung untuk melakukan tindakan tertentu, seperti mendaftar, menghubungi layanan, atau melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016), landing page yang efektif harus memiliki pesan yang jelas, menarik, dan mudah dipahami oleh pengguna.

3.2.2 Peran Landing Page dalam Pemasaran Digital

Dalam era digital, landing page menjadi salah satu strategi pemasaran yang banyak digunakan oleh perusahaan maupun bisnis untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Menurut Chaffey dan

Smith (2017), landing page memiliki peran penting dalam kampanye digital, di antaranya: Meningkatkan tingkat konversi dengan menyajikan informasi yang terfokus. Mengoptimalkan kampanye iklan digital seperti Google Ads dan media sosial.

Memudahkan analisis kinerja pemasaran melalui alat analitik seperti Google Analytics.

3.2.3 Media Sosial

Instagram dan TikTok merupakan platform media sosial yang efektif dalam strategi pemasaran digital karena kemampuannya dalam meningkatkan visibilitas dan engagement pelanggan. Instagram memungkinkan pengguna untuk membagikan foto, video, dan cerita dengan fitur seperti reels, IGTV, serta live streaming, sementara TikTok menawarkan konten video pendek yang dapat dengan mudah menjadi viral berkat algoritma berbasis tren. Dengan memanfaatkan kedua media sosial ini, bisnis dapat membangun branding yang kuat dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan secara lebih efektif.

3.2.4 Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang menggunakan platform digital untuk mempromosikan produk atau layanan. Menurut *Kotler dan Keller (2016)*, pemasaran digital mencakup berbagai saluran, termasuk mesin pencari, media sosial, email, dan situs web, untuk menjangkau pengguna yang lebih luas dan membangun hubungan dengan pelanggan.

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* Nyodok Pool & Bistro.

b. Dokumentasi

Dokumen adalah data atau teori-teori yang dikumpulkan melalui bukti tertulis yang berkaitan dengan judul laporan Kerja Praktek, dengan tujuan melengkapi data yang dibutuhkan.

3.4 Rancangan Program yang akan dibuat

Rancangan program untuk pembuatan landing page berbasis HTML dan CSS terdiri dari tiga tahapan utama:

3.4.1 Pengembangan Landing Page Berbasis HTML dan CSS

1. Perancangan Sistem

Analisis kebutuhan sistem dilakukan untuk menentukan elemen yang harus ditampilkan pada landing page, seperti informasi perusahaan, layanan, kontak, dan tautan media sosial. Setelah itu, dilakukan perancangan wireframe atau mockup guna merancang tampilan secara visual sebelum diimplementasikan. Pemilihan warna, font, dan tata letak juga disesuaikan dengan identitas perusahaan agar landing page memiliki desain yang menarik, profesional, dan sesuai dengan branding yang diinginkan.

2. Pengembangan Sistem

Implementasi kode dilakukan menggunakan HTML dan CSS untuk membangun struktur serta tampilan landing page agar sesuai dengan desain yang telah dirancang. Teknik Responsive Web Design (RWD) diterapkan agar tampilan website tetap optimal dan kompatibel di berbagai perangkat, baik desktop maupun mobile. Setelah itu, dilakukan pengujian tampilan dan fungsionalitas pada berbagai browser dan ukuran layar untuk

memastikan landing page berfungsi dengan baik dan memberikan pengalaman pengguna yang optimal.

3. Implementasi

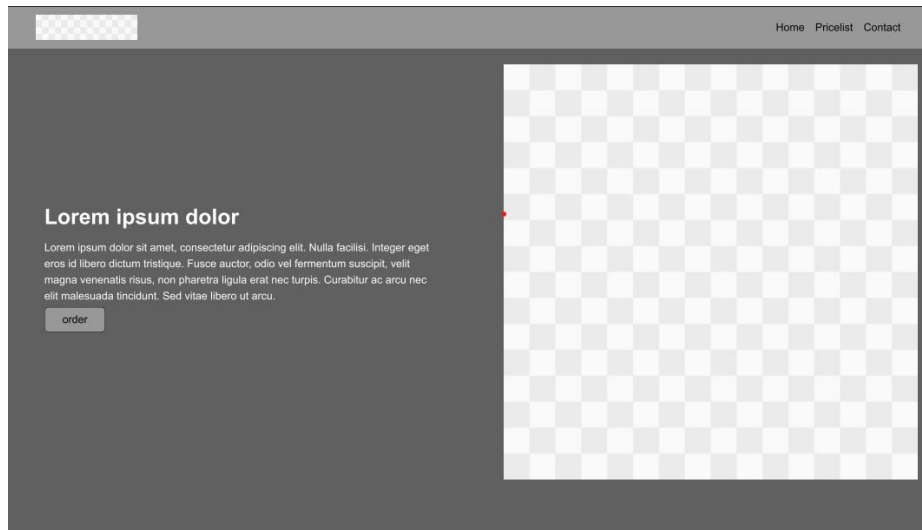
Setelah pengembangan selesai, landing page akan dideploy ke hosting atau layanan penyimpanan berbasis web agar dapat diakses oleh pengguna secara online. Selanjutnya, dilakukan integrasi dengan media sosial serta optimasi SEO untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan website. Setelah implementasi, dilakukan evaluasi kinerja berdasarkan feedback pengguna guna mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan agar landing page dapat berfungsi secara optimal.

3.4.2 Perancangan Tampilan Sistem

Perancangan tampilan sistem dilakukan untuk merancang antarmuka yang mempermudah pengguna dalam berinteraksi dengan sistem. Berikut ini akan dibahas rancangan tampilan yang digunakan dalam pembuatan *website* ini.

1. Tampilan Halaman Beranda

Rancangan tampilan halaman beranda dapat dilihat pada gambar 3.3



Gambar 3.3 Beranda

2. Tampilan Halaman Pricelist

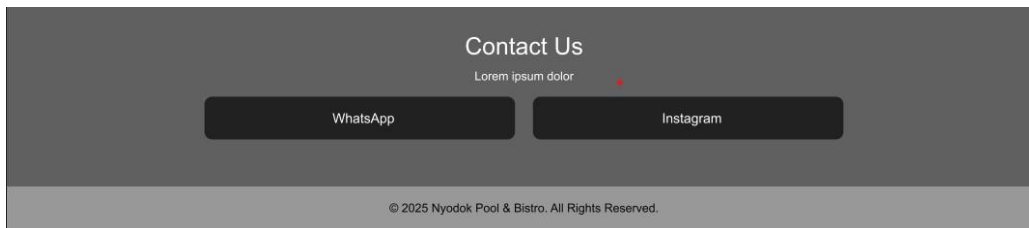
Rancangan tampilan halaman pricelist dapat dilihat pada gambar 3.4



Gambar 3.4 Pricelist

3. Tampilan Halaman Contact Us

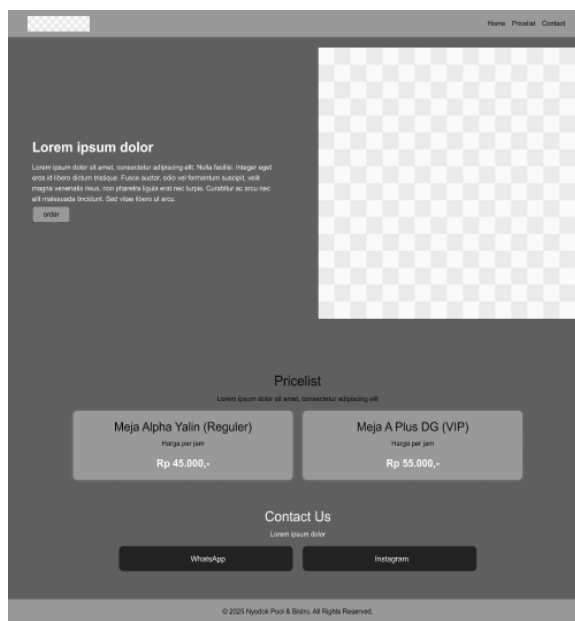
Rancangan tampilan Halaman Contact Us dapat dilihat pada gambar 3.5



Gambar 3.5 Contact Us

4. Tampilan Website

Rancangan tampilan Website dapat dilihat pada gambar 3.6



Gambar 3.6 Tampilan Website

3.4.3 Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Digital

1. Analisis Akun Media Sosial

Langkah awal dalam optimalisasi media sosial adalah melakukan analisis terhadap akun Instagram dan TikTok yang sudah dimiliki oleh Nyodok Pool & Bistro. Analisis ini mencakup:

- **Evaluasi Engagement:** Melihat jumlah like, komentar, dan interaksi dari pengguna.
- **Analisis Audiens:** Menentukan target audiens berdasarkan demografi, minat, dan kebiasaan mereka dalam menggunakan media sosial.
- **Pengecekan Konsistensi Konten:** Memastikan postingan memiliki desain dan pesan yang sesuai dengan branding bisnis.

2. Strategi Konten

Setelah melakukan analisis, strategi konten dikembangkan untuk meningkatkan daya tarik dan interaksi pengguna. Strategi ini meliputi:

- **Pembuatan Desain Visual Menarik:** Menggunakan kombinasi warna dan elemen grafis yang sesuai dengan identitas bisnis.
- **Pembuatan Kalender Konten:** Menjadwalkan postingan secara konsisten, misalnya 3-5 kali dalam seminggu.
- **Pemanfaatan Fitur Instagram & TikTok:** Menggunakan Instagram Reels, IG Stories, TikTok Live, dan fitur interaktif lainnya untuk meningkatkan keterlibatan pengguna.

3. Interaksi dengan pelanggan

Membalas komentar dan pesan dari pelanggan secara cepat dan ramah.