

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kerja Praktek (KP) ialah salah satu kurikulum yang harus ditempuh oleh mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. Selain untuk memenuhi kewajiban Akademik, diharapkan kegiatan tersebut dapat menjadi jembatan penghubung antara dunia industri dengan dunia Pendidikan sehingga dapat menambah pengetahuan tentang dunia industri/Pendidikan sehingga mahasiswa mampu mengatasi persaingan dunia kerja.

Kerja Praktek (KP) merupakan suatu bentuk implementasi perkuliahan yang dilakukan secara langsung ke suatu instansi atau suatu Perusahaan. Mahasiswa diharapkan dapat memiliki gambaran yang lebih mendalam tentang kondisi nyata di dunia kerja sekaligus dapat menambah pengalaman serta membuka pandangan yang lebih luas yang didapatkan selama masa perkuliahan. Dengan adanya kegiatan Kerja Praktik mampu memberikan pengalaman, mengasah keahlian dalam dunia kerja.. Dengan adanya hubungan kerja sama dari pihak *Franchise* Es Teh Nusantara, yang telah mengizinkan mahasiswa untuk melaksanakan Kerja Praktek (KP) di *Franchise* Es Teh Nusantara.

Es teh nusantara merupakan salah satu minuman tradisional Indonesia yang telah menjadi bagian dari kebudayaan dan tradisi masyarakat Indonesia. Minuman ini terbuat dari teh yang direbus dengan air dan gula, kemudian didinginkan dan disajikan dalam bentuk es. Pada saat ini, es teh nusantara tidak hanya disajikan di rumah-rumah, tetapi juga di warung-warung, restoran, dan kafe-kafe. Bahkan, es teh nusantara telah menjadi salah satu minuman yang paling populer di Indonesia. Dalam skala UMKM, es teh nusantara memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi usaha yang menguntungkan. Banyak pengusaha UMKM yang telah berhasil mengembangkan usaha es teh nusantara menjadi usaha yang sukses.

1.2 Latar Belakang

Kerja Praktek dilaksanakan di *Franchise* Es Teh Nusantara, yang beralamat di Jl. Sukardi Hamdani No. 13, Kec. Labuhan Ratu, Kota Bandar Lampung, Lampung. Laporan ini membahas tentang “Strategi pemasaran Digital melalui *Website*”. Berikut adalah beberapa strategi pemasaran es teh nusantara dengan menggunakan *website*:

1. Desain *Website*: Membuat desain *website* yang menarik dan mudah digunakan untuk mempromosikan produk es teh nusantara.
2. Navigasi *Website*: Membuat navigasi *website* yang mudah digunakan untuk mempromosikan produk es teh nusantara.
3. Konten *Website*: Membuat konten *website* yang berkualitas dan relevan dengan produk es teh nusantara untuk mempromosikan produk dan meningkatkan kesadaran merek.
4. Fitur *Website*: Membuat fitur *website* yang menarik dan mudah digunakan untuk mempromosikan produk es teh nusantara, seperti fitur pembelian *online*, fitur *review* produk, dan fitur *newsletter*.

1.3 Manfaat dan Tujuan

1.3.1 Manfaat

1. Manfaat bagi Mahasiswa
Manfaat bagi mahasiswa adalah untuk menambah wawasan yang luas tentang dunia bisnis, khususnya dibidang Multimedia dan bisa mengaplikasikan ilmu yang sudah didapatkan selama di perkuliahan dan mahasiswa dapat meningkatkan keterampilan dalam bidang praktek, dan dapat memperoleh kemudahan untuk memahami dan menekuni pekerjaan yang diberikan Perusahaan.
2. Manfaat bagi Institusi
Memperoleh berbagai kasus yang dapat digunakan sebagai contoh dalam memberikan materi perkuliahan dan menemukan berbagai masalah untuk pengembangan penelitian

3. Manfaat bagi Perusahaan

Website ini dapat membantu menciptakan identitas visual yang konsisten dan menarik untuk *event*, memperkuat *branding* dan memberikan kesan yang mendalam kepada konsumen.

1.3.2 Tujuan

Tujuan *Website* dalam sebuah *Pemasaran* untuk menciptakan identitas dan *branding*, meningkatkan pengalaman konsumen, dan efisiensi dalam operasional.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

1.4.1 Waktu Pelaksanaan

Kegiatan kerja praktek ini dilakukan dalam waktu satu bulan yang terhitung Mulai tanggal 30 Januari 2025 sampai dengan 28 Februari 2025.

1.4.2 Tempat Pelaksanaan

Penulis memperoleh kesempatan untuk melaksanakan KP pada :

Nama Instansi : *Franchise* Es Teh Nusantara

Tempat : Jl. Sukardi Hamdani No. 13, Kec. Labuhan Ratu, Kota Bandar Lampung, Lampung.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini dapat dengan mudah dipahami dan memberikan gambaran secara utuh, maka sistematika penulisan ini di bagi menjadi 5 (lima) bab sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini mendeskripsikan ruang lingkup program kerja yang dilakukan, tujuan, manfaat penelitian, serta menjelaskan waktu dan tempat pelaksanaan kerja praktik di *Franchise* Es Teh Nusantara.

BAB II Gambaran Umum Instansi

Bab ini menjelaskan sejarah, bidang usaha, lokasi usaha, serta struktur organisasi di *Franchise Es Teh Nusantara*.

BAB III Permasalahan Instansi

Bab ini membahas berbagai kendala dalam strategi pemasaran digital melalui *website*, seperti efektivitas desain *website*, navigasi, konten, serta fitur yang digunakan dalam memasarkan produk Es Teh Nusantara.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini mendeskripsikan hasil kerja praktik yang telah dilakukan, termasuk implementasi strategi pemasaran digital melalui *website* dan evaluasi terhadap efektivitas metode yang digunakan dalam meningkatkan daya saing bisnis.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil kerja praktik serta memberikan saran dan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital di *Franchise Es Teh Nusantara*.