

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era modern telah membawa perubahan signifikan terhadap dunia bisnis, khususnya di bidang pemasaran. Munculnya platform *e-commerce* seperti Shopee telah membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk secara lebih luas dan efektif. Salah satu fitur unggulan Shopee adalah *live streaming*, yang memungkinkan penjual melakukan interaksi langsung dengan konsumen secara *real-time*.

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut penerapan strategi pemasaran interaktif sebagai salah satu kunci untuk menarik perhatian konsumen. Pemanfaatan *live streaming* berperan tidak hanya sebagai sarana promosi, melainkan juga sebagai media untuk membangun kedekatan dengan pelanggan, meningkatkan kepercayaan, dan mendorong terjadinya keputusan pembelian.

Digital marketing merupakan bentuk pemasaran yang memanfaatkan berbagai platform berbasis internet untuk menjangkau konsumen sasaran. Konsep ini juga dikenal dengan istilah *web marketing*, *online marketing*, *e-marketing*, atau *e-commerce*, yang pada dasarnya merujuk pada aktivitas pemasaran produk maupun jasa melalui media internet (Rahmadani & Halpiah, 2021). Lebih lanjut, Chaffey (2022) mendefinisikan pemasaran digital (*digital marketing*) sebagai penerapan teknologi digital yang membentuk saluran daring (*online channels*) untuk mendukung aktivitas pemasaran dengan tujuan memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih efektif dan efisien, sehingga mampu mencapai target perusahaan. Salah satu bentuk pemasaran digital yang berkembang pesat sejak 2021 adalah *live streaming* di *platform e-commerce*.

Live streaming merupakan fitur yang memungkinkan penjual menyiarkan video secara langsung kepada audiens, berinteraksi secara *real-time*, dan menampilkan detail produk secara lebih menarik. Menurut penelitian Zhang et al. (2023), *live streaming* dalam *e-commerce* dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan, memperkuat kepercayaan, dan memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian.

Pelaksanaan KP ini dilakukan di Toko Cat Kenari Warna, yang bergerak di bidang penjualan cat dan perlengkapan pengecatan. Fokus kegiatan KP adalah

pemanfaatan fitur live streaming pada platform Shopee sebagai strategi promosi dan penjualan produk. Melalui *live streaming*, penjual dapat menampilkan detail produk, menjawab pertanyaan konsumen secara langsung, serta menawarkan promo khusus yang bersifat terbatas. Strategi ini diyakini mampu meningkatkan daya tarik pembeli, memperkuat kepercayaan konsumen, dan mendorong peningkatan penjualan.

Berdasarkan kondisi tersebut, pelaksanaan Kuliah Praktik di Toko Cat Kenari Warna diharapkan mampu memberikan pengalaman langsung kepada penulis dalam mengaplikasikan strategi pemasaran digital melalui *live streaming*. Strategi ini tidak hanya relevan dengan perkembangan teknologi dan perilaku konsumen saat ini, tetapi juga efektif dalam memperluas jangkauan pasar, mempererat hubungan dengan pelanggan, serta meningkatkan daya saing dan penjualan produk secara berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi wadah pembelajaran yang berharga bagi penulis untuk mengasah keterampilan promosi, komunikasi, dan analisis pasar yang dibutuhkan di era digital

1.2 Ruang Lingkup Kerja Program KP

Tujuan Ruang lingkup kerja selama Kuliah Praktik di Toko Cat Kenari Warna meliputi tugas sebagai *host live streaming* dan admin Shopee. Kegiatan yang dilakukan mencakup memandu siaran langsung untuk mempromosikan produk cat, berinteraksi dengan penonton, menjawab pertanyaan konsumen, mengelola pesanan melalui platform Shopee, serta melakukan evaluasi hasil siaran untuk meningkatkan strategi pemasaran digital toko.

1.3 Manfaat dan tujuan

1.3.1 Manfaat

Ruang lingkup kerja selama Kuliah Praktik di Toko Cat Kenari Warna meliputi tugas sebagai *host live streaming* dan admin Shopee. Kegiatan yang dilakukan mencakup memandu siaran langsung untuk mempromosikan produk cat, berinteraksi dengan penonton, menjawab pertanyaan konsumen, mengelola pesanan melalui platform Shopee, serta melakukan evaluasi hasil siaran untuk meningkatkan strategi pemasaran. Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan Kuliah Praktik ini adalah:

1. Memberikan pengalaman langsung dalam mengelola kegiatan pemasaran digital melalui *live streaming*.
2. Menambah keterampilan di bidang komunikasi, pemasaran, dan

pelayanan konsumen secara daring.

3. Membantu perusahaan dalam meningkatkan daya tarik produk serta penjualan melalui media digital.
4. Menjadi bekal keterampilan praktis bagi mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja yang kompetitif digital toko.

1.3.2 Tujuan

Tujuan pelaksanaan Kuliah Praktik di Toko Cat Kenari Warna adalah sebagai berikut:

1. Mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam kegiatan kerja nyata.
2. Memahami proses pemasaran produk melalui media digital, khususnya pemanfaatan fitur *live streaming* pada platform Shopee.
3. Mengembangkan kemampuan komunikasi, pelayanan konsumen, dan pengelolaan interaksi secara daring.
4. Mendukung kegiatan promosi dan penjualan produk cat melalui strategi pemasaran digital yang efektif.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

1.4.1 Waktu Pelaksanaan

Kuliah Praktik ini dilaksanakan mulai tanggal 22 Juli 2025 sampai dengan 22 Agustus 2025

1.4.2 Tempat Pelaksanaan

Penulis memperoleh kesempatan untuk melaksanakan KP pada :

Nama Instansi : Toko Cat Kenari Warna

Alamat : Jl. R. E. Maradinata Ruko No. 10, Telukbetung Timur

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang pelaksanaan Kuliah Praktik, ruang lingkup kerja, tujuan dan manfaat yang ingin dicapai, waktu dan tempat pelaksanaan, serta sistem penulisan laporan.

BAB II Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini menjelaskan profil perusahaan atau instansi tempat pelaksanaan KP, termasuk sejarah, visi dan misi, bidang usaha atau kegiatan utama Perusahaan, lokasi perusahaan, dan struktur organisasi.

BAB III Permasalahan Perusahaan dan Landasan Teori

Bab ini menganalisis permasalahan yang dihadapi perusahaan berdasarkan

temuan selama Kuliah Praktik, meliputi identifikasi masalah, perumusan masalah, dan kerangka pemecahan masalah. Bab ini juga memuat landasan teori yang relevan, metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan, serta rancangan program yang akan diterapkan sebagai solusi atas permasalahan tersebut.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini menguraikan hasil yang dicapai selama KP, analisis kegiatan, kendala yang dihadapi, serta solusi yang diterapkan.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh kegiatan KP dan saran yang dapat diberikan untuk pengembangan ke depan.

Daftar Pustaka

Berisi daftar sumber referensi yang digunakan dalam penyusunan laporan.

Lampiran

Berisi dokumen pendukung seperti foto kegiatan, data, dan dokumen relevan .