

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan yang di Hadapi Perusahaan

Benefit Coffee & Space (BCS) merupakan usaha kafe yang berfokus pada penyajian kopi berkualitas dan menyediakan ruang yang nyaman bagi pelanggan. Namun, dalam menghadapi persaingan bisnis kafe yang semakin ketat, BCS menghadapi beberapa permasalahan yang mempengaruhi tingkat penjualan dan *brand awareness*.

3.1.1 Temuan Masalah

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pihak manajemen, temuan masalah yang dihadapi antara lain:

1. *Brand Awareness* yang Terbatas

Meskipun memiliki lokasi strategis dan suasana yang menarik, BCS belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat luas di luar pelanggan tetap. Promosi yang dilakukan sebagian besar masih mengandalkan media konvensional seperti spanduk, poster, dan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran tidak optimal.

2. Pemanfaatan *Digital Marketing* yang Belum Maksimal

BCS sebenarnya sudah memiliki akun media sosial, namun pengelolaannya belum terstruktur dan konsisten. Konten yang diunggah kurang menarik secara visual, tidak mengikuti tren pasar, dan jarang memanfaatkan strategi promosi berbasis data. Selain itu, website resmi belum tersedia, sehingga calon pelanggan kesulitan menemukan informasi lengkap mengenai menu, promo, dan lokasi.

3. Kurangnya Integrasi Pemesanan dan Promosi Secara *Online*

Sistem pemesanan saat ini masih mengandalkan kunjungan langsung atau melalui aplikasi pihak ketiga tanpa integrasi promosi khusus. Padahal, integrasi pemesanan dengan promosi digital dapat mendorong penjualan,

meningkatkan repeat order, dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

4. **Minimnya Analisis Data Pelanggan**

BCS belum memanfaatkan data pelanggan secara maksimal untuk mengidentifikasi pola pembelian, preferensi menu, atau efektivitas promosi. Akibatnya, strategi pemasaran belum berbasis pada data yang akurat dan terukur, sehingga kurang tepat sasaran.

5. **Persaingan yang Semakin Ketat**

Banyak kafe baru bermunculan dengan konsep unik dan strategi digital marketing agresif. Kondisi ini membuat BCS perlu berinovasi dalam promosi agar tetap kompetitif dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan permasalahan di atas, diperlukan penerapan strategi digital marketing berbasis web yang mampu meningkatkan visibilitas merek, memperluas jangkauan pasar, serta mengoptimalkan promosi dan penjualan secara efektif. Website yang terintegrasi dengan media sosial, sistem pemesanan, serta analitik pemasaran diharapkan dapat menjadi solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi.

3.1.2 **Perumusan Masalah**

Berdasarkan analisa permasalahan yang dihadapi oleh *Benefit Coffee & Space* (BCS), maka rumusan masalah dalam kerja praktek ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana cara meningkatkan brand awareness BCS melalui strategi digital marketing berbasis web?”

3.1.3 **Kerangka Pemecahan Masalah**

Kerangka pemecahan masalah yang digunakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh *Benefit Coffee & Space* (BCS) dalam meningkatkan brand awareness dan penjualan melalui strategi digital marketing berbasis web, langkah-langkah pemecahan masalah yang direncanakan adalah sebagai berikut:

1. **Identifikasi Kebutuhan Perusahaan**

- Melakukan wawancara dengan pemilik/manajemen BCS untuk memahami tujuan, target pasar, dan konsep promosi yang diinginkan.

- Mengumpulkan data terkait menu, harga, promo, dan keunggulan kompetitif BCS.

2. Analisis Permasalahan Pemasaran yang Ada

- Menganalisis kondisi pemasaran saat ini, baik online maupun offline.
- Mengidentifikasi kelemahan pada media promosi yang sudah digunakan.

3. Perancangan Strategi Digital Marketing Berbasis Web

- Menentukan fitur-fitur yang diperlukan dalam website, seperti informasi menu, promo, galeri foto, kontak, lokasi, dan form pemesanan.
- Menyusun strategi konten promosi dan merancang desain website yang menarik, responsif, dan user-friendly.

3.2 Landasan Teori

Salah satu bentuk implementasi digital marketing adalah melalui website perusahaan. Website berfungsi tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai pusat informasi yang dapat diakses pelanggan kapan saja dan di mana saja. Website yang dikelola dengan baik mampu meningkatkan kredibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengenal produk maupun layanan [3]. Dalam konteks bisnis kuliner seperti coffee shop, website dapat digunakan untuk menampilkan menu, memberikan informasi terkait event atau promo, hingga memfasilitasi pemesanan secara online.

Strategi digital marketing berbasis web juga berkaitan erat dengan konsep *Search Engine Optimization* (SEO) dan *content marketing*. SEO digunakan agar website dapat dengan mudah ditemukan oleh calon konsumen melalui mesin pencari, sedangkan *content marketing* membantu membangun kedekatan dengan pelanggan melalui penyediaan informasi yang relevan, menarik, dan bernilai tambah. Dengan penerapan kedua strategi ini, perusahaan dapat meningkatkan *brand awareness*, loyalitas pelanggan, serta mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Benefit Coffee & Space (BCS) sebagai salah satu pelaku usaha di bidang kuliner perlu memanfaatkan strategi digital marketing berbasis web untuk memperluas

jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing. Dengan perkembangan tren konsumsi masyarakat yang semakin digital, penerapan strategi ini diharapkan dapat membantu BCS dalam memperkuat citra merek, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta mendorong peningkatan penjualan.

3.2.1 Pengertian-Pengertian

Layanan berbasis online adalah suatu bentuk penyediaan jasa atau pelayanan yang menggunakan jaringan internet sebagai media utama dalam pelaksanaannya. Melalui layanan ini, konsumen dapat mengakses informasi, melakukan transaksi, hingga memperoleh produk atau jasa secara lebih cepat, mudah, dan fleksibel tanpa dibatasi oleh ruang maupun waktu. Layanan berbasis online merupakan bagian dari perkembangan *e-business* yang memungkinkan interaksi antara perusahaan dengan pelanggan dilakukan secara digital, sehingga mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses pelayanan [4].

Contoh layanan berbasis online dapat ditemukan dalam berbagai sektor, seperti perbankan melalui *internet banking*, transportasi melalui aplikasi *ride hailing*, e-commerce yang menyediakan platform belanja online, hingga layanan reservasi tempat atau pemesanan makanan pada restoran dan coffee shop. Dengan adanya layanan berbasis online, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kemudahan akses dan kecepatan layanan. Berikut adalah beberapa pengertian-pengertian yang mendukung laporan:

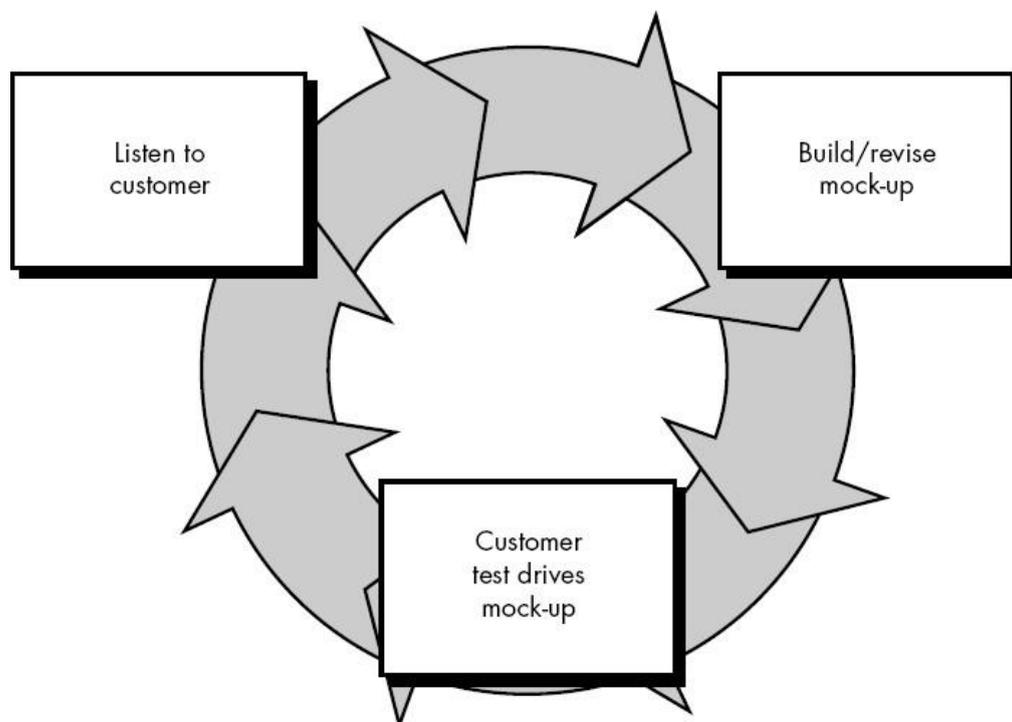
1. Jasa atau layanan adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan *transfer* kepemilikan.
2. Distribusi salah satu aspek dari pemasaran. Distribusi juga dapat mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.
3. Toko *online* adalah sistem belanja *online* yang mana pembeli dapat menanyakan harga atau pertanyaan apapun terkait produk kepada penjual secara langsung [5].

4. Sosial media Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu [6].
5. *Digital marketing* adalah aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh *brand* untuk menjangkau *audiens* potensial di internet menggunakan saluran digital seperti *website*, *email*, media sosial, dan sebagainya [7].
6. *Website* adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar, animasi suara atau gabungan dari semuanya baik yang bersifat statis dan dinamis yang membentuk satu rangkaian saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan terkait [8].
7. *PHP (PHP: Hypertext Preprocessor)* adalah sebuah bahasa pemrograman *server side scripting* yang bersifat *open source*. Sebagai sebuah *scripting language*, *PHP* menjalankan instruksi pemrograman saat proses *runtime*. Hasil dari instruksi tentu akan berbeda tergantung data yang diproses. *PHP* merupakan bahasa pemrograman *server-side*, maka *script* dari *PHP* nantinya akan diproses di server. Jenis server yang sering digunakan [9].
8. *Xampp* adalah *Xampp* adalah perangkat lunak berbasis *web server* yang *Windows*, *Linux*, atau *Mac OS*. *Xampp* digunakan sebagai *standalone server* (berdiri sendiri) atau biasa disebut dengan *localhost*. Hal tersebut memudahkan dalam proses pengeditan, desain, dan pengembangan aplikasi [10].
9. *Database* adalah sebuah struktur yang umumnya dikategorikan dalam hal: sebuah *database flat* dan sebuah *database relasional*. *Database relasional* lebih disukai karena lebih masuk akal dibandingkan *database flat*” [11].
10. Sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan kegiatan atau untuk melakukan sasaran yang tertentu [12].

3.3 Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam laporan praktek kerja lapangan ini adalah menggunakan metode *prototype* dengan mengumpulkan kebutuhan. Pengembang dan klien bertemu guna mendefinisikan obyektif keseluruhan dari perangkat lunak,

mengidentifikasi segala kebutuhan dari segi input dan format output serta gambaran interface. Dengan mengobservasi pada *Benefit Coffee & Space* (BCS) secara langsung yang bertujuan untuk memberikan hasil terkait sebuah permasalahan yang ada. Inti dari metode ini adalah Metode *Prototype* menurut *Pressman* [13], dimulai dengan mengumpulkan kebutuhan. Pengembang dan klien bertemu guna mendefinisikan obyektif keseluruhan dari perangkat lunak, mengidentifikasi segala kebutuhan dari segi input dan format output serta gambaran interface, kemudian dilakukan perancangan cepat.



Gambar 3.1 Gambar Metode *Prototype*

1) Listen to Customer (Mendengarkan Pelanggan)

Pada tahap ini merupakan identifikasi kebutuhan *user*, proses ini dilakukan agar penulis dapat memperoleh informasi mengenai permasalahan yang terjadi oleh klien. Data yang diperoleh dari permasalahan tersebut yang nantinya menjadi acuan untuk dilakukan proses pencarian solusi dan pengembangan pada tahap selanjutnya.

2) *Build and Revise Mock-up (Membangun dan Memperbaiki Prototype)*

Setelah kebutuhan sistem terkumpul, maka akan dilakukan proses perancangan *prototype* pada sistem yang diusulkan oleh *user*, yang mana tahap-tahapannya sebagai berikut, Perancangan proses-proses yang akan terjadi di dalam sistem, seperti, *input* (masukan), *output* (keluaran) dari sistem yang telah diusulkan. Perancangan *UML (Unified Modelling Language)*, hal ini dilakukan untuk menspesifikasikan sistem tentang apa yang diperlukan dan bagaimana sistem tersebut direalisasikan.

3) *Customer Test Drives Mock-up (Pengujian Prototype)*

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian terhadap *prototype* sistem yang telah dibuat, serta mengevaluasi apakah *prototype* sistem yang sudah dibuat sudah sesuai dengan yang diharapkan.

4) Rancangan Program Yang akan di Buat

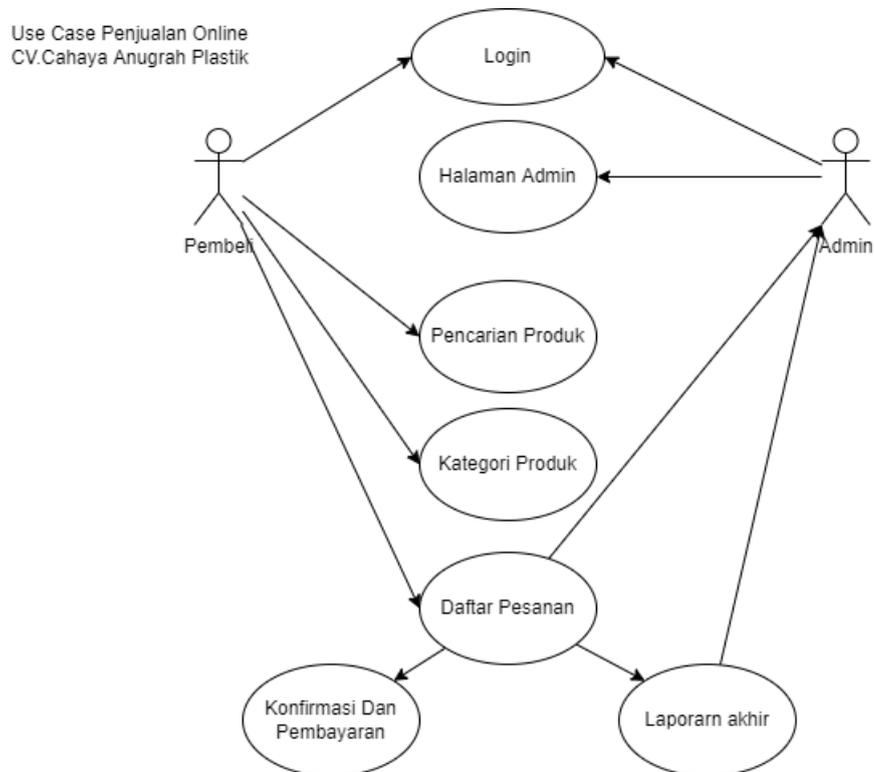
Rancangan yang ingin dibuat adalah membuat website kafe online dengan *platform* PHP, memposting produk di kafe online tersebut dan website untuk memasarkan produk-produk ke calon konsumen yang ada di internet.

5) Program

Melakukan Pemasaran dan Penjualan Secara Digital dengan menggunakan sistem berbasis *web*. Dengan melakukan pembuatan sistem berbasis web dapat membantu tim pemasaran dan penjualan produk BCS.

6) *Use Case Diagram*

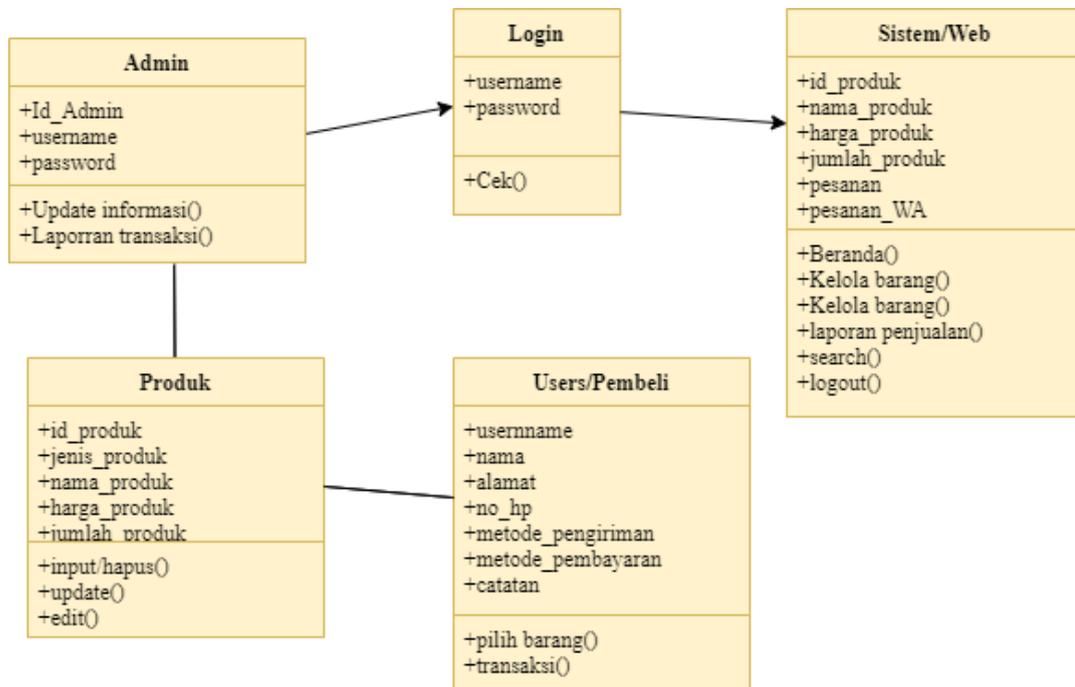
Use case diagram adalah satu dari berbagai jenis diagram *UML (Unified Modelling Language)* yang menggambarkan hubungan interaksi antara sistem dan aktor. *Use Case* dapat mendeskripsikan tipe interaksi antara si pengguna sistem dengan sistemnya.



Gambar 3.2 Use Case penjualan *online* berbasis *web*

7) *Class Diagram*

Diagram *class* adalah struktur statis yang memberikan gambaran umum tentang sistem perangkat lunak dengan menunjukkan kelas, atribut, operasi atau metode, dan hubungan antar objek satu sama lain. Diagram *class* mendefinisikan jenis objek dalam sistem dan berbagai jenis hubungan yang ada di antara objek. Metode pemodelan ini dapat berjalan hampir pada semua metode berorientasi objek. Sebuah kelas dapat merujuk ke kelas lain atau dapat memiliki objeknya yang mungkin mewarisi dari kelas lain.



Gambar 3.3 *Class Diagram* penjualan online pada web

3.5 Desain *Input Output*

Desain *Input* dan *Output* adalah proses Masukan awal dan akhir dari proses pembuatan sistem informasi. Yang memproses bahan mentah dari informasi yang terjadi dari data transaksi-transaksi

3.5.1 Desain *Input*

Masukan (*input*) merupakan awal dimulainya proses informasi. Bahan mentah dari informasi adalah data yang terjadi dari transaksi-transaksi. Desain *input* terinci dimulai dari desain dokumen dasar sebagai penangkap *input* yang pertama kali. Berikut desain *input* yang dibuat dalam sistem Penjualan berbasis web.

1. Desain *Input Login Admin*

Halaman Desain ini digunakan untuk memvisualisasikan atribut yang akan diperlukan untuk login kedalam sistem Penjualan produk kafe. Adapun

gambar desain Input Login disajikan pada Gambar 3.4.

Gambar 3.4 Desain *input login* Admin

2. Desain Input halaman beranda Admin

Halaman Desain ini digunakan untuk mengvisualisasikan atribut yang akan diperlukan untuk admin menambahkan atau menyunting halaman *website*. Desain Input halaman dapat dilihat pada Gambar 3.5

LOGO	BENEFIT CAFFE & SPACE
BERANDA	KATEGORI BARANG
PRODUK	GAMBAR PRODUK
KATEGORI	
PESANAN	HARGA DAN KETERANGAN PRODUK
PENGATURAN	KEMBALI
KELUAR	SIMPAN

Gambar 3.5 Desain *input* Halaman Beranda Admin.

3. Desain Input Users

Halaman Desain ini digunakan untuk mengvisualisasikan atribut yang akan diperlukan untuk *users* yang akan mengakses sistem penjualan berbasis *web*. Desain Input User pada Gambar 3.6



Gambar 3.6 Desain *input Users*

3.5.2 Desain *Output*

Desain *output* adalah rancangan tujuan atau hasil akhir dari proses pembuatan sistem informasi. Berikut desain *output* yang dibuat dalam sistem penjualan produk pada BCS Berbasis *web*. Desain *Output* Konfirmasi pemesanan atau Keranjang belanja Halaman Desain ini digunakan untuk mengvisualisasikan atribut yang akan diperlukan untuk *users* mengisi biodata dan menkonfirmasi orderan produk pada sistem berbasis *web*. Pada Gambar 3.7 disajikan Desain *output* Konfirmasi pemesanan.

BENEFIT CAFFE & SPACE		
Kembali		
Keranjang Belanja		
Gambar Produk	Nama Produk	Jumlah Produk
Total Semua		
Informasi Pembeli		
Nama Pembeli		
Nomor HP		
Alamat		
Metode Pengiriman		
Catatan		
KEMBALI	KOSONGKAN	PESAN/ ORDER

Gambar 3. 7 Desain *Output* konfirmasi pemesanan atau Keranjang belanja