

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi telah memunculkan berbagai peluang baru dalam bisnis. Perkembangan teknologi menyebabkan terbentuknya dunia baru yang disebut dunia maya. Di dunia maya, setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berinteraksi dengan individu lain tanpa batasan apapun yang dapat menghalanginya. Globalisasi yang sempurna sebenarnya telah berjalan di dunia maya yang menghubungkan seluruh komunitas digital. Dari seluruh aspek kehidupan manusia yang terkena dampak kehadiran internet, sektor bisnis merupakan sektor yang paling terkena dampak dari perkembangan teknologi informasi.

Mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan layanan jasa dan barang dengan cepat sesuai permintaan konsumen. Untuk mengatasi masalah tersebut, kini muncul transaksi yang menggunakan media internet untuk menghubungkan produsen dan konsumen. Transaksi bisnis melalui internet lebih dikenal dengan nama *e-business* dan *Digital Marketing*. Melalui *Digital Marketing*, seluruh manusia di muka bumi memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk bersaing dan berhasil berbisnis di dunia maya. *Digital Marketing* atau dalam bahasa Indonesia Perdagangan secara elektronik adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya.

Saat ini, *Digital Marketing* memang menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan dan kerap digeluti oleh masyarakat di Indonesia. Peminatnya yang banyak membuat bisnis ini sebagai salah satu ladang untuk mendapatkan keuntungan yang menjanjikan. Sarana yang bisa digunakan untuk berjualan secara daring, yaitu marketplace online seperti media sosial salah satunya. *Marketplace* dan media sosial tentunya adalah cara yang lebih gampang. Untuk memulainya hanya perlu membuat akun dan mengatur lapak. Bahkan tidak ada biaya operasional yang perlu dikeluarkan di awal. Pemasaran produk melalui *Digital Marketing* dapat dikatakan sangat menjanjikan karena jangkauannya yang sangat luas dan mudah diakses oleh siapapun.

Pelaksanaan kegiatan Kerja Praktek (KP) merupakan realisasi visi dan misi dari lembaga Perguruan Tinggi dalam hal ini Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya untuk mengembangkan konsep link dan match. Dengan kurun waktu kurang lebih 1 bulan, peserta KP diharapkan mampu beradaptasi dengan lingkungannya dan mampu menganalisa antara ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan dengan praktek di lapangan sehingga program KP diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa. Maka dari itu, saya berinovasi untuk membantu proses pemasaran produk di PT. Cahaya Kasih Karya menggunakan *Digital Marketing*. Diharapkan dengan adanya *Digital Marketing* ini dapat membantu pemasaran serta penjualan produk dengan lebih mudah dan lebih efisien.

Pengusaha dalam melakukan usahanya selain berperan sebagai dirinya sendiri juga sebagai pengelola. Sebagai pengelola, pengusaha harus bisa mengatur berbagai faktor produksi yang dimilikinya seperti tenaga kerja dan modal yang dimiliki. Sebagian besar pengusaha melakukan usahanya dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan yang besar dan keuntungan. Untuk mengetahui apakah usaha yang dijalankan mengalami keuntungan atau tidak diperlukan adanya pembukuan atau pencatatan usaha secara lengkap dan teliti, baik menyangkut pengeluaran atau penerimaan usaha dalam jangka waktu tertentu (periode usaha) misalnya satu tahun usaha. Selain itu, untuk mendapatkan pendapatan yang besar, pemasaran harus diperluas, hingga ke luar kota, bahkan di seluruh Indonesia.

1.2 Ruang Lingkup Kerja Program KP

Ruang lingkup pembukuan dan digital marketing Praktek kerja ini dilaksanakan di salah satu Perusahaan Swasta di Bandar Lampung yaitu PT. Cahaya Kasih Karya yang dimulai dari tanggal 31 Januari 2022 – 02 Maret 2022.

1.3 Manfaat dan Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dan manfaat dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis :

1.3.1 Manfaat penelitian

1. Bagi Peneliti :

Sebagai penerapan ilmu yang telah didapatkan selama berkuliah di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

2. Bagi PT. Cahaya Kasih Karya :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mempermudah proses pemasaran dan penjualan produk di PT. Cahaya Kasih Karya, serta sebagai salah satu bentuk untuk mengikuti perkembangan teknologi.

3. Bagi Nasabah :

Dengan adanya media pemasaran serta promosi ini dapat memudahkan pelanggan untuk melakukan proses pembelian produk dan agar lebih mengefisiensi waktu.

4. Bagi Kampus Institut Informatika Bisnis Darmajaya :

Dengan adanya proses pelaksanaan praktek kerja bagi para mahasiswa, pihak kampus juga dapat mengambil beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Meningkatkan proses mutu pendidikan dan pelatihan tenaga kerja yang berkualitas.
2. Menyiapkan keterampilan dan pengalaman dunia kerja bagi mahasiswa sebagai bagian dari proses kerja.
3. Membentuk mahasiswa yang berkompeten sesuai dengan bidang serta kemampuannya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk memenuhi tugas dalam pelaksanaan program Kerja Praktek.
2. Dengan adanya *Digital Marketing* ini diharapkan dapat membantu proses pemasaran serta penjualan produk dengan lebih mudah dan lebih efisien.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

1.4.1 Waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama kurang lebih satu bulan dimulai dari tanggal 31 Januari 2022 sampai dengan tanggal 02 Maret 2022.

1.4.2 Tempat Pelaksanaan

Tempat pelaksanaan program Kerja Praktek (KP) dilakukan di PT. Cahaya Kasih Karya yang beralamat di Jalan WAN Abdurrahman, Sumber Agung, Kemiling, Bandar Lampung.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan kerja praktek ini dibagi menjadi 5 bagian, dimana masing-masing memiliki sub bagian seperti berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, ruang lingkup kerja program kerja praktek, manfaat dan tujuan program kerja praktek, waktu dan tempat pelaksanaan program kerja praktek dan sistematika penulisan.

BAB II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tentang sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, bidang usaha / kegiatan utama perusahaan, lokasi perusahaan dan struktur organisasi.

BAB III. PERMASALAHAN PERUSAHAAN

1. Analisa Permasalahan Perusahaan

Bagian ini memuat uraian tentang temuan masalah, perumusan masalah dan kerangka pemecahan masalah yang terdapat di perusahaan.

2. Landasan Teori

Bagian ini memuat uraian tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan dan ruang lingkup pembahasan sebagai landasan dalam pembuatan laporan.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Memuat uraian hasil analisis yang diperoleh berkaitan dengan landasan teori yang relevan.

2. Pembahasan

Menguraikan tentang ketercapaian program sesuai dengan cara yang sudah direncanakan dan dibuat.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Bagian ini memuat kesimpulan-kesimpulan yang menjelaskan tentang temuan masalah dan solusi pemecahan masalah.

2. Saran

Bagian ini berisikan rekomendasi yang berdasarkan pada kesimpulan yang telah dibuat dan harapan bagi masa yang akan datang.