

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

A. Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan

A.1 Temuan Masalah

Recycle Indonesia merupakan sebuah Startup atau perusahaan yang bergerak di bidang teknologi otomatisasi dan IOT. Pada saat ini telah banyak Startup yang hadir terutama di bidang teknologi sehingga menimbulkan persaingan bisnis. Maka para Startup dituntut untuk lebih maju dibanding Startup yg lainnya. Salah satu dampak dari ketatnya persaingan bisnis adalah menurunnya angka penjualan. Maka perlu terobosan baru untuk meningkatkan angka penjualan sehingga bisa mencapai target yaitu dengan memanfaatkan website dan social media untuk meningkatkan layanan pada pelanggan dan pemasaran produk dan pemesanan produk secara online.

A.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan di Startup Recycle Indonesia maka didapatkan perumusan masalah yaitu :

Bagaimana cara memanfaatkan website dan social media untuk meningkatkan layanan pelanggan dan pemasaran produk secara online di Startup Recycle Indonesia

A.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan dalam penulisan laporan ini, dilakukan beberapa tahapan yaitu:

1. Menganalisa permasalahan yang ada di Startup Recycle Indonesia.
2. Mencari data-data pelanggan .
3. Memetakan strategi pemasaran produk.
4. Membuat website dan media sosial sebagai media pelayanan serta pemasaran produk

Untuk alur Layanan pelanggan dan pemasaran produk melalui beberapa tahapan yaitu :

1. Instagram sebagai media informasi .
2. Google form sebagai media pencatatan informasi barang yang akan di beli oleh pelanggan
3. Website sebagai Company profile dan pemesanan produk dan Customer Service

B. Landasan Teori

B.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial (sering disalahtuliskan sebagai sosial media) adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial merupakan sebuah media berbasis kecanggihan teknologi yang diklasifikasikan dari berbagai bentuk, seperti majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, siniar, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Dengan menerapkan satu set teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (*self-presentation, self-disclosure*), Kaplan dan Haenlein menciptakan skema atau klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial (disampaikan dalam artikel Horizons Bisnis yang diterbitkan sepanjang tahun 2010).

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk *social network*, forum internet, weblogs, *social biogs*, *micro blogging*, wikis, *podcasts*, gambar, video, rating, dan bookmark sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan microblogs (misalnya, twitter),

komunitas. konten (misalnya, youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook, instagram), virtual game (misalnya world of warcraft), dan virtual social (misalnya, *second life*). Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain facebook,myspace, plurk, twitter, dan instagram.

Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses instagram misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

B. 2 Pengertian Instagram

Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid didalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan lakuran dari kata instan dan telegram.

Pada aplikasi Instagram, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam feed yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan tag dan informasi lokasi. Unggahan dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang disetujui sebelumnya. Pengguna dapat menjelajahi konten pengguna lain berdasarkan tag dan lokasi dan melihat konten yang sedang tren. Pengguna dapat menyukai foto serta mengikuti pengguna lain untuk menambahkan konten mereka masuk kepada beranda. Melalui Instagram pengguna dapat mengunggah foto dan video pendek kemudian membagikannya kepada pengguna lain. Pada gambar yang diunggah, pengguna dapat menambahkan tag kepada orang tertentu dan penentuan lokasi. Pengguna juga dapat mengatur akun mereka sebagai "pribadi", sehingga mengharuskan mereka menyetujui setiap permintaan

pengikut baru. Pengguna dapat menghubungkan akun Instagram mereka ke situs jejaring sosial lain, memungkinkan mereka untuk berbagi foto yang diunggah ke situs-situs tersebut. Setelah diluncurkan pada tahun 2010, Instagram dengan cepat mendapatkan popularitas, dengan satu juta pengguna terdaftar dalam dua bulan, 10 juta dalam setahun dan akhirnya 800 juta pada September 2017. Instagram dapat digunakan pada smartphone, iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store dan Google Play.

B. 3 Pengertian Google Form

Google Form merupakan sebuah layanan Google yang bisa Anda gunakan untuk membuat survey secara online. Anda bisa memanfaatkan fitur formulir untuk membuat pertanyaan sesuai keinginan Anda. Google memang telah banyak melakukan inovasi pada berbagai platformnya misalnya dengan menghadirkan Google Docs di mana salah satunya memiliki fitur berupa Google Form. Selain digunakan untuk membuat kuesioner, Anda juga bisa memanfaatkannya untuk membuat formulir pendaftaran online, quick count pendapat, dan lain sebagainya.

C. Metode yang digunakan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kerja praktek ini menggunakan metode kualitatif, dimana metode ini memiliki beberapa tahapan yaitu:

C.1 Wawancara

Melakukan sesi tanya jawab langsung dengan pihak-pihak terkait yang memiliki wewenang atas data yang berhubungan dengan objek penelitian yang akan dilampirkan sebagai bukti pelaksanaan kerja praktek. Dalam penulisan laporan ini penulis melakukan wawancara kepada pemilik perusahaan agar mengetahui keinginan dari pemilik perusahaan dalam membuat pelayanan online melalui media sosial.

C.2. Observasi

Dalam penulisan laporan ini ,penulis melakukan pengamatan terhadap 2 (dua) hal yaitu:

- 1) Pengamatan pada perusahaan.
- 2) Startup ini bergerak di bidang Teknologi Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, usaha ini memerlukan media promosi yang lebih efisien dikarenakan media promosi yang dilakukan masih terbatas. Proses Layanan pelanggan dan pemasaran produk pun masih belum optimal sehingga diperlukan metode terbaru untuk proses pelayanan dan pemasaran yaitu dengan media sosial dan website

D. Rancangan Program yang akan dibuat

Pada tahap rancangan program yang akan dibuat ini merupakan tahapan pengembangan proses pelayanan dan pemasaran produk yang telah dilakukan menjadi lebih mudah dan efisien dengan menggunakan media sosial. Tujuan dari perancangan ini adalah meningkatkan layanan dan pemasaran produk Startup di tengah suasana pandemi yang membuat penjualan perusahaan menurun. Dan juga memberikan gambaran secara umum kepada pemilik Startup tentang proses pelayanan dan pemasaran yang lebih mengikuti perkembangan teknologi.