

## **BAB III**

### **PERMASALAHAN PERUSAHAAN**

#### **3.1. Analisa permasalahan yang di hadapi perusahaan.**

##### **3.1.1. Temuan Masalah**

Menurut Notoatmodjo (2002), masalah penelitian secara umum dapat diartikan sebagai suatu kesenjangan (*gap*) antara yang seharusnya dengan apa yang terjadi tentang sesuatu hal, atau antara kenyataan yang ada atau terjadi dengan yang seharusnya ada atau terjadi serta antara harapan dan kenyataan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada saat dilakukannya kerja praktik di PT ISS Indonesia terdapat beberapa temuan masalah diantaranya adalah pemasaran yang dilakukan oleh pihak PT. ISS Indonesia untuk mempromosikan jasa nya masih tergolong konvensional, sehingga cakupan konsumen yang memakai jasa nya masih tergolong kecil. PT. ISS Indonesia melakukan penawaran jasa kepada perusahaan dengan cara memberi proposal dari satu perusahaan ke Perusahaan lainnya. Oleh karena itu cakupan PT ISS Indonesia hanya terdiri dari perusahaan-perusahaan besar saja. Kurangnya informasi terkait PT ISS yang tersedia juga menjadi kendala dalam pemasaran, masih banyak perusahaan- perusahaan kecil dan menengah belum tahu betul tentang jasa dan Service yang dilakukan oleh PT ISS Indonesia. Selain itu bagi pelamar kerja yang ingin mendaftarkan

diri untuk bekerja di PT. ISS Indonesia masih kesulitan mendapatkan informasi terkait pengumpulan berkas dan informasi tentang persyaratan.

### **3.1.2. Perumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam laporan Kerja Praktik di PT ISS Indonesia berdasarkan temuan masalah dari hasil analisa adalah “ Bagaimana Pengembangan pemasaran PT ISS Indonesia berbasis *online* ? ”.

### **3.1.3. Kerangka Pemecah Masalah**

Kerangka pemecahan masalah merupakan serangkaian prosedur dan langkah-langkah ataupun perbandingan antara konsep dan praktek lapangan langsung dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan tahapan yang terstruktur secara sistematis, sehingga penelitian dapat dilakukan dengan efektif dan efisien.

Solusi yang ditawarkan dalam pemecahan masalah di PT ISS Indonesia adalah dengan mengubah metode pemasaran secara konvensional menjadi metode pemasaran modern melalui jejaring media sosial. Langkah- langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data
2. Membuat *website* terkait PT ISS Indonesia.
3. Mempromosikan *website* ke jejaring sosial media

## 3.2. Landasan Teori

### 3.2.1. Pengertian *Website*

*Website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs yang terdapat dalam sebuah domain atau subdomain yang berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di internet. Alasan seseorang mengunjungi *website* adalah karena konten yang tersedia di *website* tersebut. Contoh *website* adalah Google.com dan Facebook.com. Terdapat sejumlah pengertian *website* menurut para ahli sebagai berikut: *Website* adalah kumpulan halaman web yang saling terhubung dan seluruh file saling terkait. Web terdiri dari page atau halaman dan kumpulan halaman yang dinamakan *homepage*. *Homepage* berada pada posisi teratas dengan halaman-halaman terkait berada di bawahnya. Biasanya, setiap halaman di bawah *homepage* (*child page*) berisi hyperlink ke halaman lain dalam web (Gregorius, 2000). *Website* merupakan fasilitas internet yang menghubungkan dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen pada *website* disebut dengan web page dan link dalam *website* memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu page ke page lain (hypertext), baik antara page yang disimpan dalam server yang sama maupun server di seluruh dunia. Halaman dapat diakses dan dibaca melalui browser seperti Google Chrome, Mozilla Firefox, dan lainnya (Hakim Lukmanul, 2004). *Website* adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. *Website* merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari

teks, gambar, suara, dan animasi sehingga menarik untuk dikunjungi (Sholechul Azis, 2013).

### 3.2.2. Jenis – Jenis *Website*

Berdasarkan buku CMM *Website Interaktif MCMS Joomla(CMS)*, jenis *website* dibagi berdasarkan sifat, tujuan, dan bahasa pemrograman. Jenis-jenis *website* berdasarkan sifatnya adalah:

- *Website* dinamis, yaitu sebuah *website* yang menyediakan konten atau isi yang selalu berubah setiap saat. Contoh *website* dinamis adalah media berita daring.
- *Website* statis, merupakan *website* yang contentnya sangat jarang diubah. Misalnya, profil organisasi dan sebagainya.

Berdasarkan tujuannya, jenis website dibedakan sebagai berikut:

- Personal *website*, yaitu situs web yang berisi informasi pribadi seseorang. Corporate web, merupakan *website* yang dimiliki perusahaan.
- Portal *website*, yaitu *website* yang memiliki banyak layanan, seperti layanan berita, email, dan jasa-jasa lainnya.
- Forum *website*, yaitu sebuah situs web yang bertujuan sebagai sarana diskusi pengunjungnya.

Selain itu, terdapat website pemerintah, *e-banking*, *e-payment*, *e-procurement* dan sebagainya Ditinjau dari segi bahasa pemrograman yang digunakan, jenis website dibagi menjadi dua, yaitu:

- *Server side*, merupakan *website* yang menggunakan bahasa pemrograman yang tergantung pada tersedianya server, seperti PHP, ASP, dan sebagainya. Jika tidak ada server, *website* yang dibangun menggunakan bahasa pemrograman tidak dapat berfungsi sebagaimana mestinya.
- *Client side*, yaitu *website* yang tidak membutuhkan server dalam menjalankannya, cukup diakses melalui *browser*.

### 3.2.3. Fungsi Website

Fungsi utama dari sebuah *website* adalah menyampaikan informasi. Dengan tersedianya informasi, *website* dapat digunakan untuk mengubah pengunjung menjadi prospek. Untuk mengubah pengunjung situs web menjadi prospek, pengelola *website* dapat menyediakan formulir agar pengunjung dapat menyampaikan alamat email dan informasi lainnya sehingga menjadi prospek yang teridentifikasi. Prospek dapat digunakan untuk berbagai tujuan. Beberapa perusahaan memiliki situs web dan menggunakan prospek untuk mengembangkan bisnis, menjangkau pelanggan dan audiens, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan.

Melalui pemasaran afiliasi, *blogger* tidak perlu memiliki produk atau layanan yang ditawarkan. *Blogger* cukup mempromosikan produk orang lain di blog. Ketika seseorang melakukan pembelian melalui tautan yang disediakan, *blogger* akan mendapatkan komisi dari pembelian tersebut. Adapun fungsi *website* secara umum dijelaskan dalam buku Sistem Informasi Peminjaman Ruangan sebagai berikut.

- 1) Fungsi Komunikasi Situs web yang mempunyai fungsi komunikasi pada umumnya adalah situs web dinamis. Jenis situs web dinamis dibuat menggunakan pemrograman web (*server side*) sehingga fasilitas yang disediakan meliputi fungsi komunikasi, seperti *web mail, form contact, chatting form*, dan sebagainya.
- 2) Fungsi Informasi *Website* yang menyediakan informasi menekankan kualitas konten yang disediakan karena itu merupakan tujuan utamanya. Fungsi informasi dalam sebuah website meliputi teks dan grafik yang dapat diunduh dengan cepat. Website berita merupakan contoh penerapan fungsi informasi.
- 3) Fungsi Hiburan Situs web juga dapat memiliki fungsi hiburan. Penggunaan animasi, gambar, dan elemen yang bergerak dapat meningkatkan presentasi desain. Contohnya situs game online, film, musik, dan sebagainya
- 4) Fungsi Transaksi Situs web dapat dijadikan sarana transaksi bisnis berupa barang, jasa, dan sebagainya. Melalui fungsi transaksi, *website* menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu. Pembayaran dapat dilakukan menggunakan kartu kredit, transfer, atau membayar secara langsung.

### **3.3. Metode Yang Digunakan**

Metode yang digunakan selama kerja praktik dalam memperluas cakupan pemasaran dengan menggunakan *website* adalah :

#### **1. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi tentang PT.ISS Indonesia untuk kemudian dimasukkan ke dalam halaman *website*, sehingga perusahaan yang ingin bekerja sama dengan PT. ISS Indonesia bisa mendapatkan data dengan mudah. Data yang dibutuhkan adalah profil Perusahaan, Jenis jasa layanan yang di sediakan, visi misi serta informasi kontak yang dapat dihubungi.

#### **2. Pembuatan *Website* PT ISS Indonesia**

Setelah data- data yang dibutuhkan terkumpul, lalu dibuat halaman *website* yang memuat profil perusahaan pada beranda nya, kemudian visi misi PT ISS Indonesia, Informasi alamat serta layanan informasi berupa nomor kontak atau email yang bisa dihubungi.

### **3.4. Rencana program yang akan di buat**

Program pemasaran yang akan dibuat adalah dengan pemasaran berbasis online melalui *website* dengan cara pembuatan *website* agar lebih mudah menjangkau pemasaran produk secara meluas . Berikut adalah penjelasan lebih lanjut tentang halaman yang ada di *website* PT ISS Indonesia yang telah dibuat :

1. Visi Misi Perusahaan

Pada halaman ini berisi tentang visi misi PT ISS Indonesia dalam memberikan pelayanan kepada perusahaan yang ingin bekerja sama, terkait apa saja yang ingin dicapai oleh PT ISS Indonesia.

2. Jenis Layanan PT ISS Indonesia

Pada halaman ini menyajikan jenis pelayanan apa saja yang disediakan oleh PT ISS Indonesia, sehingga perusahaan yang ingin bekerja sama dapat melihat dan menyesuaikan jasa apa yang perusahaan tersebut butuhkan.

3. Sejarah PT ISS Indonesia

Pada halaman ini menjabarkan tentang sejarah PT ISS Indonesia, ini guna menunjukkan konsistensi dari PT ISS Indonesia dalam bidang penyedia jasa. Hal ini juga merupakan gambaran kredibilitas PT ISS Indonesia berdasarkan sejarahnya.

4. Info Kontak PT ISS Indonesia

Pada halaman ini tertera info kontak PT ISS Indonesia yang dapat dihubungi jika sebuah perusahaan ingin melakukan kerja sama