BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Permasalahan Perusahaan

Masalah didefinisikan sebagai suatu pernyataan tentang keadaan yang belum sesuai dengan yang diharapkan (Wikipedia, 2022). Permasalahan yang penulis temukan dalam Apotek Enggal adalah kurangnya promosi dengan memanfaatkan teknologi, salah satunya adalah melaluisosial media.Karena pada jaman yang serba digital ini, konsumen lebih banyak mencari dan mendapatkan informasi melalui media sosial.

3.1.1 Temuan Masalah

Tidak mempromosikan produk yang dijual secara online, seperti di *Instagram* dan *Whatsapp*.

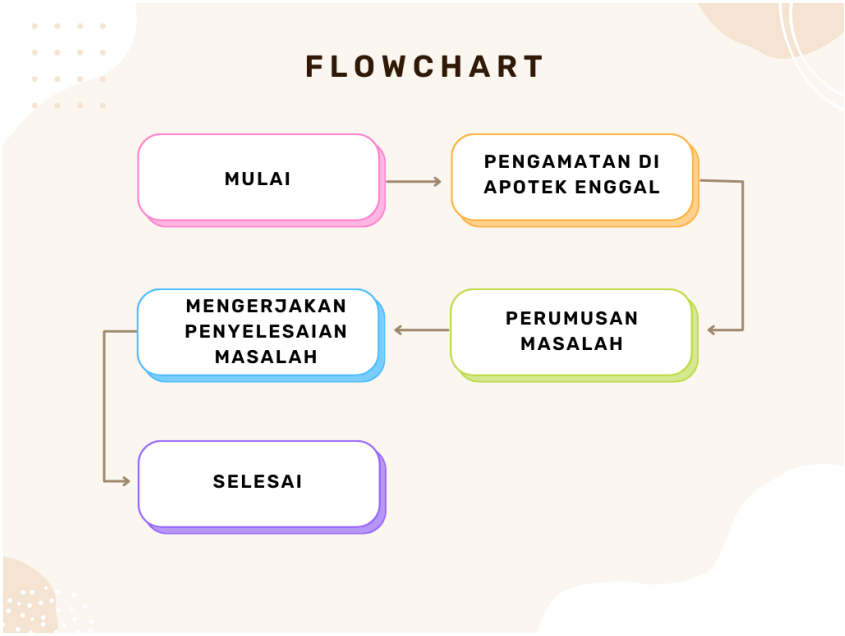
3.1.2 Perumusan Masalah

Melakukan promosi Apotek Enggal dengan membuat video promosi, dan mempostingnya di *Instagram* dan *Whatsapp.*

3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah diperlukan untuk menemukan solusi atau langkah-langkah yang perlu diambil untuk menangani masalah yang ada. Hasil yang baik akan dicapai dengan suatu perencanaan yang tersusun secara terstruktur dan terencana, juga dengan tahap pengerjaan yang jelas. Untuk mendapatkan hasil yang baik itu, maka disusunlah struktur dan tahapan pemecahan masalah pada yang akan dilakukan oleh penulis.

Langkah-langkahnya dapat dilihat pada *flowchart* berikut ini:



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Langkah-langkah Pemecahan Masalah:

1. Melakukan pengamatan langsung di Apotek Enggal dengan tujuan mengetahui permasalahan yang terjadi pada bagian pemasaran.
2. Mengidentifikasi permasalahan pada Apotek Enggal, membuat perumusan masalahnya guna untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.
3. Mengerjakan penyelesaian masalahnya, seperti membuat akun sosial media Apotek Enggal (*Instagram*) dan membuat konten untuk dipromosikan pada akun sosial media Apotek Enggal.

3.2 Landasan Teori

1.3.3 Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualan. Selain itu, tujuan promosi adalah untuk meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap suatu produk atau merek, sehingga menciptakan loyalitas merek. (Wikipedia, 2022)

1.3.4 Fungsi Promosi

1. **Menginformasikan produk**

   Memperkenalkan dan memberikan informasi (kegunaan, kelebihan) mengenai produk yang dijual.

2. ***CustomerLoyalty***

   Promosi dilakukan untuk mendapatkan pelanggan yang loyal. Semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan, maka semakin kecil kemungkinan pelanggan akan beralih ke kompetitor.

3. **Sarana Komunikasi**

   Informasi penting dari sebuah produk bisa disampaikan dengan cara menarik pada sebuah promosi, dengan begitu terjadilah komunikasi secara tidak langsung antara pelanggan dan penjual.

4. **Bentuk Pertahanan Dari Kompetitor**

   Dalam dunia bisnis pastinya ada persaingan anatar perusahaan. Fungsi promosi dalam hal ini adalah sebagai pertahanan diri agar tak kalah dengan perusahaan kompetitor yang juga melakukan promosi pada produknya.

5. ***Trial and Repeat Order***

Promosi juga berfungsi sebagai uji kualitas pada konsumen. Semakin banyak konsumen yang menyukai produk kita, maka semakin banyak konsumen yang melakukan pembelian kembali.

6. **Meningkatkan *Brand Awareness***

   Semakin sering melakukan promosi, maka produk kita akan semakin dikenal oleh konsumen. Dengan promosi akan terbentuknya kesadaran masyarakat dan eksistensi produk dan masuk dalam *top of mind* pelanggan.

1.4 Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam kegiatan kerja praktek di Apotek Enggal adalah metode partisipasi aktif, yaitu mengikuti seluruh kegiatan yang ada di Apotek Enggal. Partisipasi aktif ini salah satunya dilakukan dengan cara membuat konten guna mempromosikan Apotek Enggal berbasis teknologi, hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan Apotek Enggal kepada konsumen lebih banyak lagi.

1.5 Rancangan Program yang Akan Dibuat

Permasalahan yang terjadi adalah kurangnya promosi berbasis teknologi, maka dari itu rancangan program yang dibuat adalah membuatkan akun sosial media dan membuat konten untuk dipromosikan pada akun sosial media.