

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat, berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya competitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan.

Kebutuhan dan keinginan yang didambakan agar lebih cepat dan praktis dalam kehidupan manusia, telah menjadikan sebuah budaya baru di masyarakat Indonesia dan masyarakat dunia yang dipandang sebagai masyarakat modern (Sukandi, 2019). Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet (Dedi, P. et al., 2017).

Maka dari itu memungkinkan para pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pemasaran dari usaha yang semula dilakukan secara konvensional menjadi secara digital dengan memanfaatkan penggunaan media sosial dan penggunaan website untuk memasarkan produk mereka. Pemanfaatan media online menjadi pilihan tepat bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Mudahnya akses internet saat ini,

besarnya manfaat yang didapatkan, serta murah biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama bagi UKM sebelum akhirnya mereka memilih media online sebagai solusi tepat untuk memperluas jangkauan bisnisnya.

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia. *Digital marketing* yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen.

Di satu sisi, *digital marketing* memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. *Digital marketing* dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu.

PT. Piranhamas Group merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang internet *marketing* untuk memasarkan suatu produk yang memanfaatkan internet sebagai media penyampaian pesan-pesan promosi suatu produk kepada konsumen. PT. Piranhamas Group juga bergerak di bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemasaran yang dilakukan oleh Piranhamas Group yaitu dengan menyebarkan pesan promosi dengan memanfaatkan iklan gratis tidak berbayar yang ada di internet.

Pada kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini, penulis membuat promosi di media yang akan digunakan sebagai wadah untuk memasarkan produk secara *online*. Media yang digunakan yaitu Photobucket, karena Photobucket merupakan platform tidak berbayar yang pengaplikasiannya mudah dipahami. Photobucket adalah situs web yang memberikan layanan hosting gambar, hosting video dan berbagi foto. Photobucket jadi tempat untuk menyimpan atau hosting foto atau gambar online bagi

situs web, situs forum dan situs blog. Pemasaran menggunakan media Photobucket dapat membuat informasi lebih cepat diterima oleh konsumen. Maka dari itu PT. Piranhas Group menggunakan media Photobucket untuk dijadikan media promosi secara *online*.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum PKL

Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL) secara umum di PT. Piranhas Group yaitu:

- a. Untuk memperkenalkan dunia kerja
- b. Untuk meluaskan wawasan dan pengetahuan di dunia kerja
- c. Untuk mendapatkan pengalaman kerja
- d. Serta mengimplementasikan secara sistematis dan sinkron antara program pendidikan di perguruan tinggi dan program penguasaan keahlian yang diperoleh melalui kegiatan kerja secara langsung di dunia kerja untuk mencapai tingkat keahlian tertentu.

1.2.2 Tujuan Khusus PKL

Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL) secara khusus di PT. Piranhas Group yaitu untuk mempelajari dan mengimplementasi pemasaran produk secara digital dengan menggunakan platform atau media tidak berbayar. Penulis menggunakan media Photobucket untuk memasarkan produk berupa buku bisnis online.

1.2.3 Manfaat yang diperoleh dari Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Piranhas

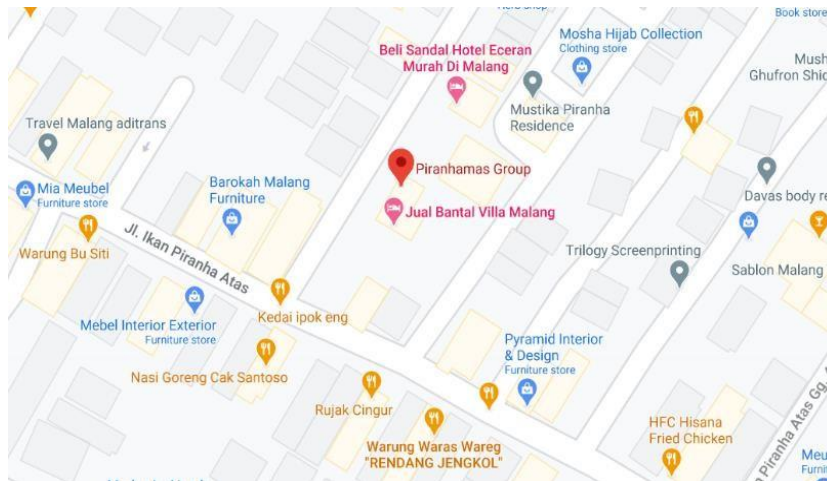
Group dengan memasarkan produk melalui media Photobucket yaitu :

- a. Dapat memasarkan produk kerajinan tangan dan wahana wisata menggunakan platform tidak berbayar
- b. Dapat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi produk
- c. Dapat meminimalisir biaya iklan bagi pelaku usaha

1.3 Lokasi dan Jadwal Kerja

1.3.1 Lokasi Kegiatan

Lokasi kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dilaksanakan di Jl. Ikan Piranha Atas V/1, RT.010, RW.001, Kel.Tunjungsekar, Kec.Lowokwaru, Kota Malang. Berikut merupakan peta lokasi pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL).



Gambar 1. 1 Peta Lokasi PKL Piranhas Group

1.3.2 Jadwal Kerja

Jadwal pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Piranhas Group dimulai dari tanggal 20 September 2021 san berakhir pada tanggal 07 Januari 2022. Pelaksanaan jam kerja yang telah ditetapkan oleh Piranhas Group yaitu hari senin hingga jumat, pukul 07.30 – 16.30 WIB.

1.4 Metode Pelaksanaan

1.4.1 Metode Pelaksanaan Dosen Pembimbing

Metode yang dilaksanakan pada kegiatan praktik ini yaitu :

a. Observasi

Tahap observasi ini merupakan tahap untuk melakukan pengumpulan data dengan cara pengamatan terhadap tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Piranhas Group mengenai kondisi, lokasi, dan kegiatan kerja.

b. Diskusi dan Wawancara

Kegiatan interview ini dilakukan dengan cara diskusi dan wawancara untuk mendapatkan pengetahuan yang berkaitan dengan pemasaran dalam platform *photobucket*.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka ini merupakan tahap untuk melakukan pencarian dan mengumpulkan sumber-sumber referensi yang dapat dipergunakan dalam memasarkan produk buku bisnis online melalui media *Photobucket*.

d. Dokumentasi Kegiatan

Mengerjakan Buku Laporan PKL yang berisi kegiatan kerja sehari-hari selama masa praktik kerja di PT. Piranhas Group.

1.4.2 Metode Pelaksanaan Dosen Lapang

Metode pelaksanaan Praktik Kerja Lapang (PKL) yang dibimbing oleh Dosen Lapang yaitu:

- a. Melakukan diskusi bersama yaitu membahas cara pola pikir masyarakat Indonesia yang masih takut dalam menghadapi bisnis dan membahas cara mengatasi mental keraguan dalam bisnis.
- b. Mengumpulkan data mengenai informasi produk agar dapat dibaca dan dipahami oleh konsumen.
- c. Meriset kata kunci sebagai bahan pembuatan pesan promosi di platform *photobucket* untuk menembak pasar supaya tepat sasaran.
- d. Memenuhi kaidah yang telah ditetapkan dalam *internet marketing*.
- e. Melakukan praktek kerja dengan mengerjakan tugas-tugas yang telah diberikan berdasarkan hasil diskusi bersama dosen pembimbing lapang dan menerapkan materi dan ilmu yang telah disampaikan oleh pembimbing lapang.