

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia internet saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Dimana-mana orang menggunakan dan mengakses internet sesuai dengan kebutuhannya. Mulai dari orang kota hingga pelosok desa sudah menggunakan internet. Mulai usia tua hingga anak-anakpun menggunakan internet. Melihat jaringan internet mulai tersebar dimana-mana dan penggunaanya merajalela, sehingga muncul pemahaman baru mengenai paradigma pemasaran berupa konsep pemasaran modern berorientasi pasar/konsumen atau revolusi pemasaran berupa electronic marketplace Sutejo (2006) yang mendorong banyak perusahaan-perusahaan dari skala besar maupun kecil melakukan pergeseran cara promosi perusahaan yang semula dari menggunakan media cetak dan elektronik beralih ke promosi melalui internet (Kurniawati & Arifin, 2015). Pengguna internet dapat mengakses informasi yang didapatkan dengan cepat, mudah, dan akurat.

PT. Piranhamas Group adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang internet marketing yang memanfaatkan internet sebagai media penyampaian informasi dan promosi produk. Salah satu produk dari Piranhamas Group yaitu jeruk baby java, selimut hotel, sprei hotel dan buku marketing. Dalam menunjang bisnisnya, Piranhamas Group menggunakan fitur-fitur media sosial dan web gratis seperti facebook, twitter, instagram, youtube, slideshare, linkedin, tumblr, blogspot, wordpress, dan masih banyak lainnya.

Pada kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, penulis membuat suatu media promosi dan pemasaran dengan memanfaatkan fitur yang disediakan gratis oleh *Yumpu.com*. Karena *Yumpu.com* merupakan media yang tepat untuk menginformasikan dan memasarkan suatu barang dan jasa pada konsumen. *Yumpu.com* adalah layanan gratis untuk komunikasi, ekspresi diri dan kebebasan berbicara yang menyediakan media *sharing* dokumen sebagai tool. Desain yang dimiliki *Yumpu* sangat friendly sehingga memudahkan penggunaanya dalam berbagi dokumen. *Yumpu* juga memudahkan pembisnis yang tidak memiliki waktu dan uang untuk membeli website. Dengan menggunakan pemasaran

melalui media *Yumpu* dapat membuat informasi akan cepat diterima. Maka dari itu PT. Piranhas Group menggunakan *Yumpu* sebagai media publikasi dan promosi produk atau jasa agar lebih cepat dipasarkan dan dikenal oleh masyarakat.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum PKL

Tujuan Praktek Kerja Lapangan (PKL) secara umum di PT. Piranhas Group adalah meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman kerja mengenai internet marketing. Selain itu, tujuan dari PKL adalah melatih agar lebih kritis terhadap perbedaan atau kesenjangan yang dijumpai di lapangan dengan yang diperoleh di bangku kuliah.

1.2.2 Tujuan Khusus PKL

Tujuan Praktek Kerja Lapangan (PKL) secara khusus di PT. Piranhas Group adalah bagaimana cara memanfaatkan berbagai media sosial dan website yang tidak berbayar sebagai media pemasaran dan promosi agar lebih dikenal dikalangan masyarakat. Dalam hal ini, penulis akan menggunakan media *Yumpu* untuk memasarkan produk berupa buah-buahan yaitu salah satunya Jeruk Baby Java piranhas.

1.2.3 Manfaat PKL

Manfaat dari media gratis *Yumpu* sebagai media pemasaran adalah sebagai berikut:

- 1) Dapat memudahkan PT. Piranhas Group dalam memasarkan produk jeruk baby java.
- 2) Dapat memudahkan masyarakat dalam menerima informasi.
- 3) Menekankan biaya promosi dan iklan bagi pelaku usaha.

1.3 Lokasi dan Jadwal Kerja

1.3.1 Lokasi Kerja

Lokasi kegiatan praktik kerja lapangan adalah pada Praktek Kerja Lapangan ini dilaksanakan di PT. Piranhamas Group Jl Ikan Piranha Atas V/1, Malang, Kode pos 65142. Berikut merupakan peta lokasi pelaksanaan Praktik Kerja lapangan (PKL).



Gambar 1. 1 Peta lokasi PKL

1.3.2 Jadwal Kerja

Praktek Kerja Lapangan ini dilaksanakan mulai Tanggal 14 September 2020 sampai dengan Tanggal 11 Desember 2020. Adapun jam kerja yang telah ditetapkan oleh PT. Piranhamas Group, hari kerja hari senin sampai dengan hari jum'at mulai pukul 08.00 – 15.00 WIB.

1.4 Metode Pelaksanaan

1.4.1 Metode Pelaksanaan Dosen Pembimbing

Metode yang dilaksanakan untuk kerja praktek adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Mahasiswa melakukan observasi tempat praktek kerja lapangan mengenai kondisi, keadaan, dan kegiatan tempat praktik kerja lapangan.

- b. Interview
Melakukan diskusi dan wawancara dengan pembimbing lapang mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan untuk pemanfaatan web 2.0 *Yumpu.com* sebagai pemasaran suatu produk jeruk baby java piranhamas.
- c. Studi Pustaka
Mencari referensi dan literatur tentang pemasaran melalui *Yumpu.com*.
- d. Dokumentasi Buku Kerja Praktek Mahasiswa
Mahasiswa melaporkan kegiatan sehari-hari di tempat PKL (Praktek Kerja Lapang) dengan mengisi Buku Kerja Praktek Mahasiswa (BKPM) pada saat melaksanakan PKL.

1.4.2 Metode Pelaksanaan Pembimbing Lapangan

Metode yang di laksanakan untuk pelaksanaan PKL (Praktek Kerja Lapang) yang dibimbing oleh Dosen Pembimbing yaitu :

- a. Pengumpulan data untuk kebutuhan yang akan digunakan untuk pemasaran sebuah lembaga pelatihan agar dapat dibaca mesin dan dipahami pengguna.
- b. Melakukan riset kata kunci yang berbeda di Google Trends, Google.co.id, dan Google Keyword Planner untuk keperluan pembuatan username dan title.
- c. Memenuhi kaidah yang telah ditetapkan untuk internet marketing.
- d. Melakukan optimasi.