

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada Era globalisasi dengan perkembangan jaman yang semakin modern saat ini, teknologi yang semakin maju serta penggunaan gadget dan internet yang sudah dijadikan kebutuhan oleh masyarakat akan suatu informasi yang diperlukan. Di antaranya yaitu sebagai sarana mempromosikan suatu produk yang ingin dikenalkan kepada masyarakat sampai produk yang ingin dijual sekalipun. Contoh lain salah satu perusahaan yang sedang dalam perkembangan yang signifikan yaitu PT. Usaha Utama Bersaudara. PT. Usaha Utama Bersaudara merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan aneka macam kurma dan perlengkapan oleh-oleh Haji / Umroh. PT. Usaha Utama Bersaudara memiliki *Brand* yang bernama Lawang Agung. Tujuan dari kerja praktik ini adalah merancang bentuk media promosi Lawang Agung sebagai group PT. Usaha Utama Bersaudara melalui media sosial instagram.

Promosi adalah kegiatan terakhir dari marketing mix yang sangat penting karena kebanyakan pasar lebih banyak bersifat pasar pembeli dimana keputusan terakhir terjadinya transaksi jual beli sangat dipengaruhi oleh konsumen (Daryanto,2011:94).

Lawang Agung melakukan promosi dengan menggunakan media sosial. Karena Sudah menjadi rahasia umum bila Jejaring Sosial seperti Facebook, Twitter ataupun Google+ menjadi salah tiga media promosi online gratis yang terbaik saat ini, pasalnya jumlah pengguna aktif dari ketiga situs jejaring sosial tersebut berjumlah jutaan orang, bahkan Facebook telah memiliki 1 miliar

pengguna pada tahun 2013 lalu. dari jutaan pengguna aktif Jejaring Sosial, nyaris seluruhnya di dominasi oleh pengguna lokal, alias orang-orang indonesia, jadi jika target / pasar Anda adalah orang-orang lokal maka promosi online menggunakan jejaring sosial adalah pilihan yang paling tepat. Keuntungan pertama dari promosi online di jejaring sosial adalah soal biaya yang jauh lebih murah, bahkan bisa sampai gratis, jika mempromosikan produk sendiri tanpa menggunakan atau menyewa jasa promosi online dari orang lain. Sudah menjadi rahasia umum bahwa jejaring sosial sering digunakan sebagai tempat untuk melakukan spamming produk, karena selain gratis, juga sangat mudah untuk melakukan promosi disana, tinggal ctrl + v maka produk akan terpublish. (<http://www.seoterpadu.com/>)

Mempromosikan produk bisa ditempuh melalui berbagai cara, bukan hanya berpatokan kepada toko fisik saja, tetapi bisa juga dengan memanfaatkan media internet, contohnya dengan memanfaatkan sosial media instagram sebagai sarana mempromosikan produk secara online. Sudah menjadi rahasia umum, bila antusiasme masyarakat indonesia terhadap internet terbilang cukup tinggi, terlebih lagi dalam penggunaan sosial media. Tentu semua sosial media dapat digunakan untuk mempromosikan produk secara online, hanya saja lebih berfokus pada Instagram, yaitu karena instagram sendiri merupakan sosial media yang mengusung konsep galeri foto, terlebih belakangan ini instagram merupakan sosial media yang sedang populer dan digandrungi oleh anak muda, tentu saja hal ini dapat sangat menguntungkan karena sebagai penjual anda dapat memamerkan foto foto dari produk yang ingin anda pasarkan. Meskipun pada instagram tidak dapat menuliskan penjelasan foto atau *caption* dengan panjang lebar, tetapi rata-

rata pengguna internet indonesia lebih tertarik dengan gambar, dan cenderung malas untuk membaca tulisan yang terlalu panjang, apalagi untuk hal-hal yang berbau promosi dan iklan, jadi bila menggunakan instagram harus fokus untuk membuat gambar yang dapat menarik minat pengguna sosial media untuk membeli salah satu dari produk yang ditawarkan. (<http://www.klikmania.net/>)

Lawang Agung sudah berdiri sejak tahun 1955 oleh Bapak Salim Abdullah Basyrewan pemilik Lawang Agung pertama kali. Lawang Agung sendiri mempunyai beraneka macam kurma import yang berasal dari luar negeri yang berguna untuk meningkatkan efektifitas penjualan di perusahaan Lawang Agung.

Bisnis online merupakan segala jenis kegiatan bisnis yang dilakukan secara online (melalui internet). Setiap pelaku usaha yang sebagian aktivitasnya ataupun semua aktivitas bisnisnya dilakukan melalui internet, bisa dikatakan mereka menjalankan bisnis online. Aktivitas bisnis online ini bisa meliputi kegiatan jual beli online, maupun menyediakan jasa secara online, dan banyak jenis bisnis lainnya yang bisa kita temukan di online di berbagai bidang industri. Bisnis online sangatlah erat kaitannya dengan media yang digunakan. Dengan adanya suatu media sosial yang diberikan konten penyajian akan suatu desain yang dibuat juga sangatlah berpengaruh dengan daya minat konsumen ke produk yang di promosikan.

Seiring dengan terus bertambahnya pengguna layanan internet, semakin murah dan mudah untuk mendapatkan layanan internet, serta didukung oleh peningkatan produktifitas pengusaha yang menyediakan berbagai produk untuk dipasarkan, **peluang bisnis online** ini tentu sangat menjanjikan. Jual beli online terhitung mudah untuk dijalankan, karena tidak memerlukan modal yang besar.

Cukup dengan adanya foto produk dan akses internet untuk memasarkannya, usaha ini sudah dapat berjalan. Terbukti dengan banyaknya transaksi yang telah terjadi, khususnya di tempat penyedia e-commerce yang sudah terkenal. (<http://www.bisnisrumahanpemula.com/>)

Seperti halnya Lawang Agung melakukan promosi produknya dengan melakukan salah satu penawaran melalui media sosial yaitu Instagram. Karena Instagram adalah media sosial nomor dua setelah facebook yang banyak digandrungi oleh masyarakat sebagai transaksi penawaran jual beli produk saat ini.

Sosial media menurut Dailey (2009:3) adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Ada ratusan saluran sosial media yang beroperasi di seluruh dunia saat ini dengan tiga besar Facebook, Instagram, twitter.

Di toko Lawang Agung, aneka jenis kurma ditawarkan dengan harga yang beragam begitu juga dengan macamnya. Ada lima jenis kurma lainnya diantaranya mabrum, sofri, helwi, safawi, ajwah dan ada beberapa kurma lainnya termasuk kurma Mesir, kurma Tunisia kedua jenis kurma ini juga banyak diburu orang karena legit dan kelezatannya yang khas.

Tidak sedikit yang suka buah ini terlebih lagi jika memasuki bulan ramadhan dan musim haji. Tentu pembelinya dari kalangan yang bervariatif, baik dari perprangan atau keluarga hingga perusahaan ternama yang ada di Surabaya dan luar kota Surabaya. Selain itu toko Lawang Agung juga menyediakan kurma

dari negeri paman Sam. Tepatnya kurma dari California (Amerika).
(<http://www.aksarakata.com/>)

Kelebihan dari Lawang Agung adalah memudahkan bagi para calon jama'ah Haji yang akan melaksanakan ibadah Haji di tanah suci untuk melengkapi rukun Islam yang ke-5, dengan membeli oleh-oleh Haji di Lawang Agung tanpa mengganggu ibadah di tanah suci. Lawang Agung menyediakan aneka macam kurma dan perlengkapan oleh-oleh Haji / Umroh. Dan mempunyai keunggulan lainnya yaitu adanya fast respon yang ramah yang diberikan oleh customer service maka pelayanan produk bisa menjadi lebih mudah dan efektif. Dan memberikan kupon undian setiap berbelanja di outlet Lawang Agung dengan minimal belanja Rp 250.000,- yang akan diundi tiap bulannya.

Pada penelitian ini digunakan suatu bisnis online yang bernama Lawang Agung sebagai subject penelitian, karena bisnis online di sosial media yang saat ini sedang digandrungi oleh pecinta online shop. Dengan adanya alternative sosial media instagram guna mempromosikan Lawang Agung bisa menjadi dikenal lagi secara meluas oleh masyarakat dan bagi konsumennya, Maka peneliti ingin membuat suatu rancangan media promosi Lawang Agung sebagai group PT. Usaha Utama Bersaudara melalui media sosial instagram agar Lawang Agung menjadi alternative utama bagi masyarakat dan para pecinta kurma di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka peneliti mengajukan perumusan masalah yang diajukan adalah bagaimana

merancang media promosi Lawang Agung sebagai group PT. Usaha Utama Bersaudara melalui media sosial instagram?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penulisan laporan kerja praktik ini agar lebih jelas dan terarah, maka penulis perlu membatasi masalah yang akan dibahas dan terfokus pada desain media sosial instagram yang dirancang yaitu desain quote Islami dan hadits.

1.4 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui permasalahan yang jelas tentang bagaimana merancang media promosi Lawang Agung di PT. Usaha Utama Bersaudara.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Teoritis

Kerja praktik ini diharapkan bermanfaat untuk meningkat *Brand Awareness* perusahaan kepada konsumen Lawang Agung dengan adanya beberapa desain dan layout yang diberikan di dalam media sosial Instagram di Lawang Agung.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Kerja praktik ini diharapkan bermanfaat guna untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca. Terutama bagi seluruh karyawan Lawang Agung agar mengetahui media promosi berupa media sosial Instagram di PT. Usaha Utama Bersaudara.

- b. Kerja praktik ini diharapkan bermanfaat guna memberikan informasi kepada Lawang Agung, mengenai media promosi Lawang Agung yang berupa media sosial Instagram sehingga PT. Usaha Utama Bersaudara dapat meningkatkan kualitas perusahaannya.

1.6 Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT. Usaha Utama Bersaudara
Jasa	: Pusat Oleh-oleh Haji & Umroh
Alamat	: Jl. Sultan Iskandar Muda No. 37-39 Surabaya
Telpon	: (031) 3553915
Faks	: (031) 3552559
Email	: lawangagung.hrd@gmail.com
Website	: www.lawangagung.com

b. Periode

Periode KP	: 18 Juli s/d 12 Agustus 2016
Waktu	: 08.00 – 17.00 (Senin – Jumat) 08.00 – 14.00 (Sabtu)

1.7 Sistematika Penulisan

Pada dasarnya penulisan laporan kerja praktik ini diperlukan sistematika penulisan dengan meliputi beberapa bab yang di dalamnya terdapat penjabaran setiap permasalahan, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab pertama ini akan membahas mengenai perumusan dan penjelasan masalah secara umum. Pada bab ini menyangkut beberapa masalah yaitu latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, manfaat dan tujuan kerja praktik, waktu dan tempat pelaksanaan kerja praktik, dan dilanjutkan oleh sistematika penulisan kerja praktik.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada Bab kedua ini akan membahas mengenai informasi umum terhadap perusahaan PT. Usaha Utama Bersaudara meliputi profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, sejarah perusahaan, serta struktur organisasi perusahaan.

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ketiga ini akan membahas mengenai tentang teori yang digunakan untuk menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas oleh penulis.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada Bab keempat ini, akan membahas mengenai pelaksanaan kerja praktik selama di PT. Usaha Utama Bersaudara. Pada bab ini juga menjelaskan dari hasil perancangan yang ada dalam sebuah implementasi karya. Di dalam sebuah perancangan karya dapat berupa bagan perancangan maupun deskripsi, serta membahas dan menjelaskan mengenai karya yang dibuat sesuai dengan permasalahan yang diangkat dengan metode perancangan yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu perancangan media promosi desain media sosial Lawang Agung melalui Instagram.

BAB V PENUTUP

Pada Bab kelima ini akan membahas dua hal, yaitu sebagai berikut :

a. Kesimpulan

Meringkas keseluruhan hasil dari laporan kerja praktik ini dalam satu kesimpulan yang menjelaskan permasalahan yang terkait dan solusi yang diangkat pada laporan kerja praktik ini.

b. Saran

Penulis akan memberikan masukan terkait dengan masalah yang diangkat dalam laporan kerja praktik ini kepada beberapa pihak yang terkait.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi informasi terkait daftar referensi atau sumber yang digunakan dalam pembuatan laporan kerja praktik ini sebagai acuan dasar berupa buku, jurnal, e-book, dan lain-lain.

