

## BAB I

### PENDAHULUAN

Sesuai dengan ketentuan kurikulum di Sekolah Tinggi Teknologi Tekstil, setiap mahasiswa diwajibkan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma IV. PKL adalah kegiatan mahasiswa di dunia kerja nyata, yang bertujuan untuk mengembangkan keterampilan dan etos kerja, serta untuk mendapatkan kesempatan dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang terkait dengan kurikulum pendidikan. Laporan Kerja Praktik (LKP) ini disusun berdasarkan PKL yang telah dilaksanakan selama 45 (empat puluh lima) hari kerja, terhitung sejak tanggal 23 Maret 2015 hingga 30 Mei 2015, di *Sofie Boutique* yang berlokasi di Komplek Perumahan Umum Pengairan Rengas nomor 6, Bintaro Jaya Sektor 2, Tangerang Selatan.

LKP ini terdiri dari 3 (tiga) bab. Bab I berisi pendahuluan yang menjelaskan garis besar dari konten LKP. Bab II membahas keadaan perusahaan dengan beberapa sub bab, yaitu mengenai :

1. Perkembangan perusahaan,
2. Lokasi perusahaan,
3. Struktur organisasi yang diterapkan pada perusahaan,
4. Uraian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing departemen kerja,
5. Pemasaran dan penjualan,
6. Proses produksi,
7. Ketenagakerjaan,
8. Waktu kerja,
9. Sistem pengupahan,
10. Fasilitas karyawan,
11. Sarana dan prasarana penunjang.

Pada Bab III terdapat data pengamatan Tinjauan Khusus yang membahas tentang **“Pemanfaatan Media Internet sebagai Sarana Strategi Pemasaran”**. Salah satu permasalahan yang terjadi di *Sofie Boutique* adalah adanya penumpukan produk jadi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya penumpukan tersebut, dan salah satunya adalah kurangnya perluasan segmen pasar dengan memanfaatkan media alternatif (terutama internet) sebagai sarana untuk memasarkan produk.

Media internet adalah salah satu media informasi yang paling sering diakses oleh masyarakat di era informatika. Akses masyarakat terhadap media internet bahkan

lebih besar dibanding terhadap media cetak seperti surat kabar dan majalah. Berdasarkan riset tahunan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) yang bekerja sama dengan Pusat Kajian Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia (Puskakom UI), dalam kurun periode 2005-2014 jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 27,15%<sup>[3]</sup>.

Hal ini disebabkan oleh ekspansi kelas menengah dan pertumbuhan ekonomi negara yang membuat semakin terjangkaunya harga paket internet dan gawai (*gadget*) seperti telepon seluler pintar (*smartphone*), komputer jinjing (*laptop*) atau *tablet* elektronik, juga proses demokratisasi yang membuka akses informasi seluas mungkin bagi tiap individu.

Salah satu potensi yang dapat digali dalam memasarkan produk *Sofie Boutique* adalah dengan memanfaatkan media internet, khususnya untuk pengguna *mobile* internet. Dalam hal pemasaran melalui media internet, saat ini *Sofie Boutique* hanya bekerja sama dengan situs belanja *online* Zalora. *Sofie Boutique* juga tidak memiliki situs dan akun media sosial sebagai representasi perusahaan, yang umum digunakan oleh perusahaan sejenis. Upaya meningkatkan pemanfaatan media internet sebagai sarana promosi ini memiliki tujuan preventif, yaitu untuk mengurangi kemungkinan terjadinya penumpukan produk jadi di masa yang akan datang.