

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital merupakan salah satu era atau zaman pada kehidupan telah mengalami kondisi kemajuan yang cukup pesat dan mengarah ke bentuk digital. Perkembangan era digital terus bergerak dengan sangat cepat dan berada di luar kendali manusia. Kondisi ini terjadi karena pada dasarnya manusia selalu berupaya untuk mencapai efisiensi dan kepraktisan dalam berbagai aspek kehidupan. Situasi ini tentu saja membawa beragam dampak, baik yang positif maupun yang negatif.

Industri digital juga memiliki pengaruh signifikan terhadap berbagai sektor industri lainnya. Hal ini menjadi indikasi bahwa era ekonomi digital semakin berpeluang untuk mencapai puncaknya dalam beberapa tahun mendatang. Perkembangan teknologi digital juga tidak bisa dipungkiri akan mampu membantu berbagai jenis usaha atau aktivitas baru yang dapat meningkatkan perekonomian. Perusahaan bisa mempersiapkan segalanya guna mengikuti apa yang sedang terjadi saat sekarang ini seperti tren dunia digital dengan lebih maksimal. Era digital saat ini bukan hanya memberikan manfaat saja, tetapi era digital juga memberikan tantangan tersendiri yang perlu dihadapi oleh setiap orang dalam penyesuaian pada perkembangan zaman yang ada.

Penerapan digital marketing pada CV. Todak Souce dengan menggunakan konsep bauran pemasaran atau *marketing mix*. *Marketing mix* adalah serangkaian alat pemasaran (marketing mix) yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam pasar sasaran (Kotler dan Amstrong, 2019). Dalam manajemen pemasaran, strategi ini digunakan untuk merancang kegiatan yang memadukan sumber daya internal dan eksternal perusahaan, dengan memperhatikan tantangan yang ada di lingkungan sekitar. *Marketing mix* adalah kombinasi berbagai variabel yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dari berbagai demografi, dan diterapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja serta meraih keuntungan maksimal.

Di era digital yang terus berkembang saat ini, CV. Todak Source yang bergerak di bidang IT Consultant dan Web Development memiliki peran krusial dalam memenuhi kebutuhan bisnis untuk beradaptasi dengan teknologi. Fokus utama CV. Todak Source adalah menyediakan solusi digital yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas akses pasar klien. Layanan yang ditawarkan meliputi pengembangan website, aplikasi web, Sewa hosting vps, manajemen server dan networking, yang semuanya disesuaikan dengan kebutuhan bisnis. CV. Todak Source membantu klien dalam memaksimalkan pemanfaatan teknologi guna mendorong pertumbuhan dan keinginan bisnis.

Penerapan bauran pemasaran yang tepat sangat membantu CV. Todak Source dalam mencapai berbagai sasaran utama, seperti meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas dan memperkuat *brand awareness* di mata konsumen. Elemen-elemen dalam *marketing mix* mencakup *product*, *price*, *place*,

promotion, people, proses, dan physical evidence. Dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan ini perlu menyesuaikan strategi bauran pemasaran secara efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah pada tugas akhir ini yaitu bagaimana penerapan *marketing mix* pada CV. Todak Source Kota Padang.

1.3 Tujuan Masalah

Mengetahui dan memahami penerapan *Marketing Mix* pada CV. Todak Source Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penulisan tugas akhir ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Manfaat Teoritis:

Secara Teoritis, magang yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat menambah wawasan serta pemahaman terkait tentang *Marketing Mix*, dan diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk menerapkan ilmu dan teori tentang *Marketing Mix* khususnya kedalam dunia kerja.

2. Manfaat Praktis :

a. Bagi Penulis

Memperoleh pengalaman serta pemahaman tentang dunia kerja yang sebenarnya. Menjadi sarana untuk menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari selama perkuliahan dan memahami bagaimana penerapan *Marketing Mix* di perusahaan tersebut. Tulisan ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Diploma III Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas.

b. Bagi Perusahaan

Penulisan berharap dapat memberikan kontribusi bagi CV. Todak Source. Selain itu, diharapkan juga dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi manajemen dalam merumuskan kebijakan guna meningkatkan penerapan marketing mix pada CV. Todak Source.

c. Bagi Universitas

Menghasilkan lulusan yang kompeten secara professional, dengan pengetahuan, keterampilan, dan etos kerja yang sesuai dengan kebutuhan industri, membangun hubungan Kerjasama yang kuat antara Universitas dan perusahaan tempat mahasiswa menjalani magang. Meningkatkan reputasi Universitas melalui pengalaman praktis yang diperoleh mahasiswa, yang berpotensi menarik minat calon mahasiswa dan perusahaan.

1.5 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan karyawan, manajemen, serta pihak-pihak terkait di CV. Todak Source. Jenis wawancara ini memungkinkan penulis untuk memperoleh informasi lebih mendalam terkait pandangan, pengalaman, serta tantangan yang mereka hadapi dalam proses penerapan *marketing mix*.

2. Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap penerapan *marketing mix* pada CV. Todak Source yaitu apa saja yang dilakukan oleh pihak terkait dengan *marketing mix*.

1.6 Tempat dan Waktu

Kegiatan magang ini dilakukan di CV. Todak Source, yang berlokasi di Jl. Gajah Mada Belakang Akbid, Kecamatan Nanggalo, Kota Padang, Sumatera Barat. kegiatan magang ini akan berlangsung kurang lebih selama 40 hari kerja.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan hasil magang ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab terdiri atas:

1. **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini, akan menjelaskan dan menggambarkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode pengumpulan data, tempat dan waktu magang, serta sistematika penulisan laporan hasil magang

2. **BAB II: LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang teori yang berkaitan dengan *marketing mix*.

3. **BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini berisi gambaran umum CV. Todak Source yang didalamnya terdapat struktur organisasi, visi dan misi, serta tentang perusahaan lainnya.

4. **BAB IV: PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang penerapan bauran pemasaran yang dilakukan CV. Todak Source Kota Padang.

5. **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab V berisikan kesimpulan dan saran dari kegiatan magang. Pada bagian ini saran-saran yang dapat diberikan kepada CV. Todak Source sehingga bisa bermanfaat bagi kepentingan perusahaan khususnya yang berhubungan dengan *marketing mix*.