

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pemasaran digital merupakan salah satu media yang saat ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat, dan juga sebagai salah satu penunjang aktivitas sehari-hari. Lambat laun, banyak orang mulai beralih dari metode pemasaran tradisional dan beralih ke pemasaran digital, yang didukung oleh sebanyak 51% data yang ditampilkan di atas pengguna Internet Indonesia. Selain itu, pemasaran digital merupakan komunikasi dua arah antara perusahaan dan pelanggan, dan memperoleh pengalaman baru yang tidak dapat diperoleh dengan komunikasi satu arah (Rahim dan Clemens, 2012). Selain itu, menurut Chaffey dan Chadwick (2015) terdapat 6 jenis pemasaran digital, diantaranya *search engine marketing, online public relations, online partnerships, display advertising, opt-in e-mail marketing, social media marketing*.

Dilihat dari semakin banyaknya pengguna Internet di Indonesia, perusahaan dan organisasi semakin banyak melakukan promosi di Internet dan media digital, oleh karena itu PT. Kepsindo Indra Utama melakukan pemasaran layanan melalui pemasaran digital untuk memperkenalkan layanannya dan mempermudah PT. Kepsindo Indra Utama bergerak di bidang pemasaran. Bentuk pemasaran digital yang digunakan oleh PT. Kepsindo Indra Utama adalah blog pribadi milik PT. Kepsindo Indra Utama beralamat [kepsindoindrautama.wordpress.com](http://kepsindoindrautama.wordpress.com), alamatnya semenarik mungkin meliputi *company profile*, produk dan jasa yang ditawarkan serta *contact person*. Selain itu jika kita mencari menggunakan mesin pencari juga akan muncul beberapa situs lain yang membahas tentang PT. Kepsindo Indra Utama.

PT. Kepsindo Indra Utama berasal dari CV. Karang Emas Pratama didirikan pada tanggal 18 Juli 1996 di Jl. Blok B 03 kelurahan Batu Gadang Indarung Padang. Awalnya CV bergerak di bidang kontraktor, supplier, tenaga kerja *outsourcing*, bengkel dan dealer resmi sepeda motor merek KTM. Dalam perkembangannya, CV. Karang Emas Pratama sudah banyak menerima pesanan, apalagi pesanan dari PT. Pasoka Sumber Karya. PT. Semen Padang dan anak perusahaannya, termasuk PT. Igaras. Pasoka Sumber Karya, PT. Yasiga Sarana Utama, Koperasi Karyawan Semen Padang. Untuk motor KTM, CV. Penjualan bulanan Karang Emas sangat bagus, 300 kendaraan per bulan, oleh karena itu sudah dua kali diundang ke China sebagai sentra produsen sepeda motor KTM untuk diapresiasi atau dianugerahi penghargaan. Hal tersebut dapat tercapai berkat sarana dan prasarana yang dimiliki CV. Karang Emas Pratama.

Dengan perkembangan yang begitu pesat dan persaingan bisnis antar perusahaan membuat manajemen CV. Karang Emas Pratama mengembangkan perusahaannya ke tingkat yang lebih tinggi yaitu menjadi Perseroan Terbatas pada tanggal 23 Maret 2007 dengan akte No. 17 Notaris H. Yan Vinanda, SH yang beralamat di Jln. Ujung Gurun No. 91 D Padang dengan nama PT. Karang Emas Wataraq yang mendapat pengesahan dari kementerian kehakiman pada tanggal 29 Mei 2007.

PT. Karang Emas Wataraq kemudian mulai menjajal diri pada proyek yang dimikiki oleh BUMN seperti proyek pengadaan dan repair kendaraan serta alat berat PEMKOT Padang. PT. Karang Emas Wataraq kemudian mendapatkan Award dari PT. Semen Padang pada tahun 2007 dan 2009 sebagai kontraktor teladan dilingkungan perusahaan PT. Semen Padang.

PT. Karang Emas Wataraq kemudian mulai memfokuskan diri pada kepada bidang *Technical Engineering Support* dan *Heavy Equipment*. Pada tanggal 26 Juni 2008 didirikanlah

PT. Kepsindo Indra Utama untuk pelayanan jasa *service* didunia alat berat. Berdasarkan kondisi yang telah terjadi, penulis menjadi tertarik untuk mendalami dan mengangkat judul **“Penerapan *Digital Marketing* untuk meningkatkan penjualan pada PT. Kepsindo Indra Utama Padang”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diatas, disimpulkan bahwa rumusan masalah yang dibahas ialah bagaimana penerapan *Digital Marketing* pada PT. Kepsindo Indra Utama Padang.

## 1.3 Tujuan Magang

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan magang ialah untuk mengetahui bagaimana penerapan *Digital Marketing* pada PT. Kepsindo Indra Utama Padang.

## 1.4 Manfaat Magang

Terdapat dua manfaat yang dapat peneliti ambil, yaitu sebagai berikut:

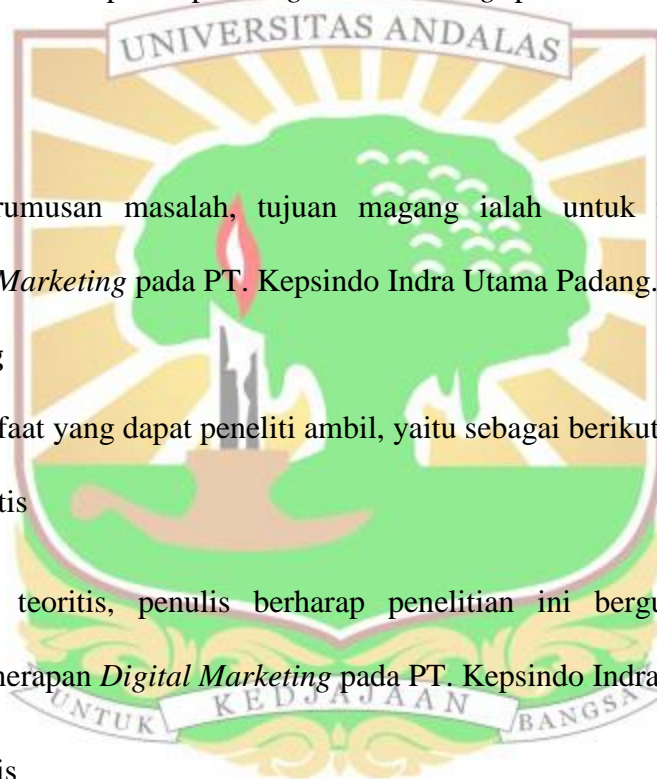
### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penulis berharap penelitian ini berguna untuk mengetahui bagaimana penerapan *Digital Marketing* pada PT. Kepsindo Indra Utama Padang.

### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasilnya akan berguna bagi peneliti maupun pembaca dalam memberikan pengetahuan serta wawasan tentang penerapan *Digital Marketing* pada PT. Kepsindo Indra Utama. Sedangkan bagi perusahaan bermanfaat untuk meningkatkan penjualan dengan *Digital Marketing*.

## 1.5 Tempat dan Waktu magang



Penelitian ini penulis mengambil tempat magang di PT. Kepsindo Indra Utama Padang. Untuk pelaksanaan atau waktu kegiatan magang ini akan berlangsung selama 40 hari kerja yang telah menjadi ketentuan dari pihak akademik

### **1.6 Metode Magang**

Metode yang digunakan ialah metode Observasi. Metode ini mengandalkan data dan mengamati langsung di lapangan. Proses dari metode ini merangkum, menilik, menghitung, mendokumentasikan, memperkirakan serta mendata peristiwa. Metode ini bertujuan untuk menilai bagaimana penerapan Digital Marketing pada PT. Kepsindo Indra Utama Padang. Pelaksanaan magang berlangsung selama 40 hari kerja.

### **1.7 Ruang Lingkup Pembahasan**

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas oleh penulis yaitu hanya fokus pada Digital Marketing pada PT. Kepsindo Indra Utama Padang.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, metode magang, ruang lingkup pembahasan, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas konsep dan teori yang meliputi pengertian dari pengembangan produk dan pemasaran jasa

#### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini membahas tentang profil PT. Kepsindo Indra Utama Padang, kegiatan yang dilakukan perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan sejarah perusahaan.

## **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas uraian dari penerapan Digital Marketing pada PT. Kepsindo Indra Utama Padang melalui metode penelitian yang dilakukan. Bab ini harus menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini membahas kesimpulan serta saran yang diberikan pada PT. Kepsindo Indra Utama Padang sehingga bisa bermanfaat bagi kepentingan pihak perusahaan

