

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Belajar Berwirausaha Terpadu (BBT) adalah suatu proses belajar berwirausaha atau praktek langsung di perusahaan bagi mahasiswa sehingga mahasiswa tidak hanya belajar materi di kampus. Manfaat kegiatan BBT ini bagi mahasiswa untuk menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan, dan etika pada lingkungan kerja nyata di perusahaan (UMKM). Sehingga mahasiswa dapat menerapkan apa yang didapat dari kegiatan BBT kedalam bisnis mahasiswa.

Program BBT yang dituju adalah CV. Nabila Zafira Mahalia (NaZMa) yang merupakan perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang jasa Information Technology & Management Consulting yang dipersiapkan secara professional baik dari segi kualitas kelembagaan, sumber daya manusia, maupun produk atau layanan yang disediakan dengan mengedepankan kepuasan pelanggan. NAZMA memiliki beberapa bidang produk informasi teknologi antara lain aktiitas jasa informasi, aktivitas jasa multimedia, aktivitas teknologi informasi dan jasa komputer, jasa pendidikan komputer (teknologi informasi dan komunikasi) swasta, dan aktivitas pengembangan aplikasi perdagangan melalui internet (E-Commerce). Selain itu, NAZMA memiliki bidang produk management konsultasi antara lain event organizer, aktivitas konsultasi manajemen, jasa pendidikan manajemen dan perbankan, penyelenggaraan pertemuan perjalanan insentif (konferensi dan pameran), penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan sosial, dan aktivitas professional ilmiah dan teknis.

Perkembangan dunia usaha yang pesat ditunjukkan dengan begitu banyaknya pertumbuhan pelaku usaha. Dengan demikian, pelaku usaha

dituntut untuk dapat mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki secara menarik agar dapat mendatangkan konsumen. Berkembangnya suatu usaha tergantung pada bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Strategi pemasaran mempunyai peran penting demi keberlangsungan suatu usaha.

Perubahan yang pesat dalam bidang teknologi dan perubahan pola pikir dunia yang berubah begitu cepat, maka seorang pengusaha perlu meningkatkan dan memberikan perubahan diberbagai sistem pemasaran. Memperbarui sistem pemasaran tradisional menuju digital merupakan salah satu keputusan yang baik dan efektif bagi perusahaan dalam mempromosikan produk atau jasa CV. Nabila Zafira Mahalia (NaZMa) merupakan UMKM yang tepat untuk dijadikan tempat pelaksanaan BBT. NaZMa merupakan UMKM yang menawarkan jasa di bidang teknologi dan informasi termasuk di dalamnya strategi pemasaran dan cara membangun branding suatu produk atau jasa.

Dalam pelaksanaan program BBT penulis mempelajari yaitu *pertama* strategi marketing digital. Strategi pemasaran merupakan serangkaian tindakan terpadu menuju keunggulan kompetitif yang berkesinambungan. Pemasaran menggunakan sarana digital merupakan salah satu strategi yang paling relevan untuk dilaksanakan oleh pelaku usaha. *Kedua*, membangun branding suatu produk atau jasa. Branding suatu produk atau jasa sangat penting untuk dipelajari agar suatu produk atau jasa dapat dikenal luas oleh masyarakat dan dapat meningkatnya nilai dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

Digital Marketing menjadi sistem pemasaran yang paling banyak digunakan dan diminati bagi para pelaku usaha sebagai yang menawarkan produk atau jasa dan konsumen yang menikmatinya. Digital Marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding (pengenalan merek) yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti website, blog dan media sosial. Digital marketing merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dipelajari karena dapat memberikan kontribusi bagi kegiatan

pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan konsumen. Selain itu, pelaku usaha dapat meningkatkan pengetahuan tentang konsumen mengenai perilaku, nilai dan tingkat loyalitas terhadap produk atau jasa yang dimiliki pelaku usaha. Branding merupakan kegiatan memperkenalkan produk atau jasa dengan berani melalui kekuatan merek yang dimiliki. Branding sangat penting untuk dipelajari karena dapat membantu pelaku usaha agar konsumen memahami nilai dari suatu produk atau jasa. Branding diperlukan agar pelaku usaha dapat mengidentifikasi target pasar dan kondisi persaingan pada pasar tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apa saja strategi marketing digital yang dilakukan oleh NaZMa?
2. Bagaimana mengimplementasikan hasil BBT pada usaha Amel's Kitchen?

1.3 Tujuan dan Manfaat BBT

a. Tujuan BBT

1. Untuk mengetahui strategi marketing digital NaZMa untuk diimplementasikan pada pemasaran Amel's Kitchen.
2. Untuk mengetahui hasil praktek BBT yang diimplementasikan pada usaha Amel's Kitchen

b. Manfaat BBT

1. Memahami dan mengetahui strategi marketing digital yang dilakukan oleh CV. NaZMa
2. Meningkatkan pertumbuhan usaha Amel's Kitchen