



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengguna Internet setiap tahun semakin bertambah, dan tentunya dengan bertambahnya pengguna internet, para pebisnis melihat peluang yang cukup menjanjikan, dengan membuka *e-commerce*. Dapat dilihat dari informasi yang didapat dari koran Bisnis Indonesia (28/8), menurut data Asosiasi *e-commerce* Indonesia, jumlah konsumen yang melakukan transaksi secara online baru mencapai 6,5% dari jumlah total pengguna Internet, yang diperkirakan mencapai lebih dari 80 juta pengguna internet di Indonesia. Dengan jumlah yang cukup fantastis dari pengguna internet, tidak menutup kemungkinan bagi para pengusaha *e-commerce* untuk membuat bisnisnya sukses. Ditambah lagi menurut koran Bisnis Indonesia, nilai transaksi *e-commerce* mencapai US\$478 juta dari 19 juta transaksi yang terjadi di tahun 2013 ini, dan diperkirakan ditahun 2016 nanti, jumlah transaksi akan mencapai US\$10 miliar.

Jenis produk yang dijual di e-commerce sangat beragam, dari pakaian, makanan, bahkan hewan pun ada. Namun menurut data betabicara.com , Jenis jualan online yang paling menguntungkan adalah baju, pulsa, makanan kering, tas, dan yang terakhir adalah spreng. Namun, bukan berarti produk lain tidak menguntungkan. PT. Tricipta Media Perkasa merupakan perusahaan e-commerce yang menjual beberapa jenis produk yaitubunga, variasi mobil, baju , dan furniture yang bernama *belifurniture.com*. *Belifurniture.com* merupakan website e-commerce yang sangat tepat melihat pangsa pasar Indonesia. Sang pemilik yang bernama Ronny Hartanto, pandai melihat peluang berdasarkan pengalaman yang ia alami pada saat ingin membeli furniture namun kesulitan untuk mencari barang, dan harus pergi ke pusat perbelanjaan, salah satunya roxy jakarta untuk melihat barang. Pada saat sampai disana, hanya diberikan katalog saja, harganya pun

beragam dan cukup mahal. Tentunya, pada saat itu Ronny berpikir untuk membuat toko furniture yang memudahkan konsumen, tidak perlu membuang waktu untuk pergi, terkena macet, dan pastinya lebih mudah jika beli online, hanya perlu menggunakan internet. Tentunya dengan hanya membuka online store, biaya pengeluaran pun kecil, dan bisa menjual harga dengan murah.

Target dari *belifurniture.com* adalah para pelanggan yang baru saja membuka usaha di sebuah kantor atau ruko, yang perlu mengisi ruangnya dengan furniture, seperti kursi kantor, meja kantor, filing cabinet, dan perlengkapan lainnya. Beberapa toko furniture menawarkan produk yang sejenis, namun hanya *belifurniture.com* lah yang merupakan salah satu dari sekian banyak toko furniture di Indonesia yang berani memberikan garansi harga termurah. Target *belifurniture.com* adalah untuk menguasai pasar Indonesia. Namun untuk target jangka pendek *belifurniture.com* adalah pasar Cilegon, yang merupakan kota yang masih memiliki harga pasar furniture yang cukup tinggi dibandingkan dengan kota Jakarta. Maka dari itu, sang pemilik, Ronny Hartanto melihat peluang yang cukup baik untuk memasuki pasar Cilegon untuk jangka dekat ini. Tentunya, dengan memasuki pasar Cilegon, *belifurniture.com* akan dapat memiliki banyak pelanggan, dikarenakan harga yang lebih murah dibandingkan harga kompetitor. Tentunya untuk menguasai pangsa pasar Indonesia, maka diperlukannya strategi IMC yang sesuai, sehingga diharapkan dapat melancarkan bisnis *belifurniture.com* untuk menguasai pangsa pasar Indonesia.

U M N

1.2 Pokok Permasalahan

Dalam laporan ini penulis mengangkat beberapa pokok permasalahan berkaitan dengan strategi IMC pada *belifurniture.com* yaitu:

1. Apa saja implementasi strategi *Integrated Marketing Communication* yang digunakan oleh *belifurniture.com*?
2. Strategi IMC manakah yang paling efektif bagi *belifurniture.com*?

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari kerja magang ini adalah untuk melihat dan memahami dunia kerja nyata yang kemudian dikaitkan dengan teori yang telah dipelajari di universitas. Selain itu penulis juga ingin belajar mengenai dunia pemasaran yang diterapkan di perusahaan furniture untuk tujuan sebagai berikut:

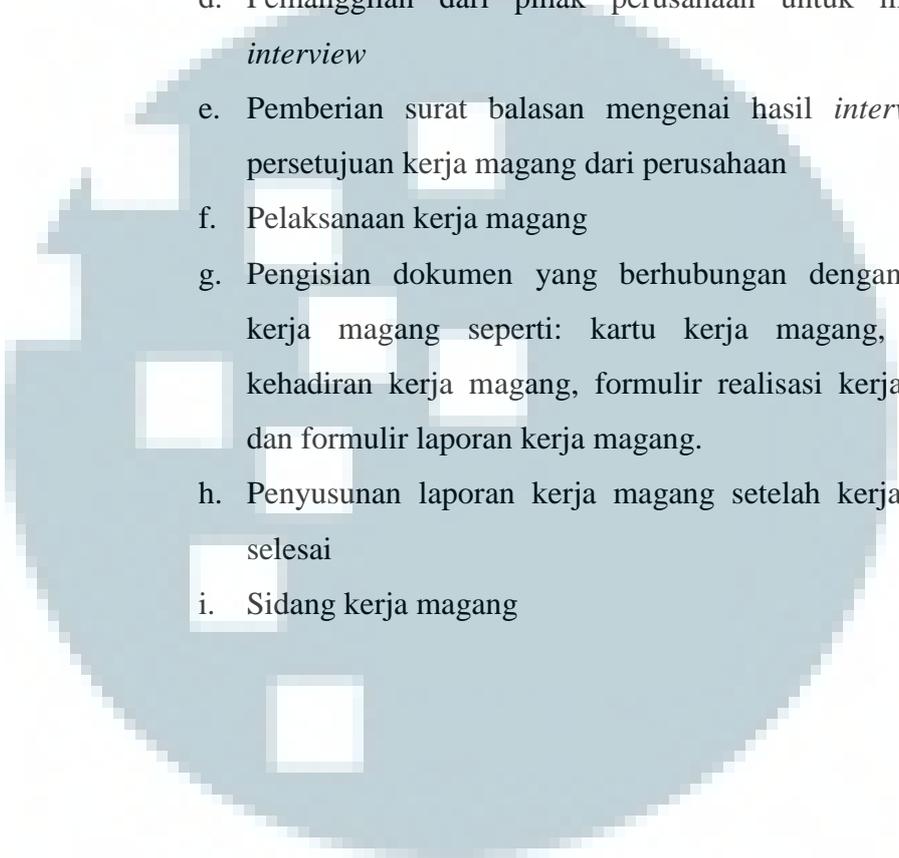
1. Untuk mengetahui implementasi *Integrated Marketing Communication* yang dapat digunakan oleh *belifurniture.com*
2. Untuk mengetahui strategi apakah yang paling efektif bagi *belifurniture.com*.

1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini berlangsung selama dua bulan yang dimulai pada tanggal 27 Juni 2013 hingga 3 September 2013. Waktu kerja dimulai pukul 09.00 hingga 17.00 setiap hari kerja (Senin – Jumat). Praktek kerja magang ini dilakukan di PT. Tricipta Media Perkasa yang beralamat di Jl. Taman Permata no. 226, Ruko New Asia, Lippo Karawaci, Tangerang 15810. Selama kerja magang penulis ditempatkan di departemen *Marketing*

Prosedur kerja magang ini melalui beberapa tahapan prosedur sebagai berikut:

- a. Pengisian formulir pengajuan kerja magang

- 
- b. Pembuatan surat pengantar kerja magang
 - c. Pengiriman surat kerja magang ke perusahaan tempat praktek kerja magang
 - d. Pemanggilan dari pihak perusahaan untuk melakukan *interview*
 - e. Pemberian surat balasan mengenai hasil *interview* dan persetujuan kerja magang dari perusahaan
 - f. Pelaksanaan kerja magang
 - g. Pengisian dokumen yang berhubungan dengan praktek kerja magang seperti: kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang dan formulir laporan kerja magang.
 - h. Penyusunan laporan kerja magang setelah kerja magang selesai
 - i. Sidang kerja magang

UMMN

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul “**STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION PADA BELIFURNITURE.COM**” terbagi dalam empat bagian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang pelaksanaan kerja magang, pokok permasalahan, maksud dan tujuan kerja magang, waktu kerja magang serta prosedur pelaksanaan dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada Bab ini menguraikan mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi yang ada pada *Belifurniture.com* dan landasan teori yang berkaitan dengan laporan dan praktik kerja magang.

BAB III

Pada bab ini berisikan mengenai tugas yang dilakukan oleh penulis selama melakukan kerja magang, kendala yang ditemukan, serta solusinya, dan teori yang berkaitan dengan tugas yang dilakukan.

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penulis yang dibuat berdasarkan praktek kerja magang yang telah dilakukan dengan mengkaitkan teori yang di pelajari selama perkuliahan, serta saran yang diberikan oleh penulis kepada perusahaan.