

ABSTRAK

Persaingan dalam industri telah berkembang dan memasuki era industri baru yang ditandai dengan kemajuan digital di segala bidang kehidupan. Persaingan semacam ini dihasilkan dengan pesatnya perkembangan teknologi dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Salah satu strategi PT Borwita Citra Prima dalam menghadapi persaingan usaha adalah mengembangkan bisnisnya dengan menggandeng perusahaan *start up* "TokoPandai" untuk mengembangkan aplikasi digital dengan menambahkan fitur baru yaitu Grosir Pandai.

Aplikasi TokoPandai adalah aplikasi distributor *online* yang berorientasi pada toko ritel untuk memudahkan proses pemesanan produk. Namun terdapat beberapa kendala pada ritel untuk melakukan proses pemesanan produk.

Masalah yang dihadapi oleh perusahaan adalah ada beberapa pemilik toko yang sudah tua dan ketidakmampuan dalam menggunakan *smartphone* serta *smartphone* versi Android tidak mendukung. Dari permasalahan tersebut penulis merangkum permasalahan yang terjadi pada perusahaan yaitu minimnya kualitas pelayanan kepada pemilik toko, kurangnya aktivitas promosi, dan kurangnya peran video *marketing*, menjadi penyebab menurunnya pengguna aplikasi TokoPandai dan menurunnya omset penjualan.

Beberapa teknik pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu dengan cara observasi (pengamatan selama melakukan praktik kerja), wawancara (pengumpulan data dan informasi melalui dosen pembimbing di lapangan), dokumentasi (melalui beberapa buku dan media internet) serta studi pustaka (melalui beberapa buku dan jurnal penelitian).

Dalam meningkatkan pengguna aplikasi TokoPandai, PT Borwita Citra Prima bisa meningkatkan kualitas pelayanan pada *personal selling* atau *Sales*, memaksimalkan aktivitas *digital marketing* pada WhatsApp *bussiness* dan memanfaatkan video *marketing* sebagai media promosi.

Kata Kunci: Aplikasi, Promosi, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

Competition in the industry has developed and entered a new industrial era marked by digital advances in all areas of life. This kind of competition is produced by the rapid development of technology and the improvement of people's living standards. One of the strategies of PT Borwita Citra Prima in facing business competition is to develop its business by cooperating with a start-up company "TokoPandai" to develop digital applications by adding a new feature, namely Grosir Pandai.

The TokoPandai application is an online distributor application oriented to a retail store to facilitate the product ordering process. However, there are several obstacles for retailers to make the product order process.

The problem faced by the company is that there are several shop owners who are old and the inability to use smartphones and the Android version of the smartphone is not supported. From these problems, the authors summarize the problems that occur in the company, namely the lack of service quality to shop owners, lack of promotional activities, and the lack of video marketing roles, which are the causes of the decline in TokoPandai application users and decreased Sales turnover.

Some of the data collection techniques that the author uses are by means of observation (observation during work practice), interviews (collecting data and information through supervisors in the field) and documentation (through several books and internet media).

In increasing TokoPandai application users, PT Borwita Citra Prima can improve service quality in personal selling or Sales, maximize digital marketing activities on WhatsApp business and utilize video marketing as a promotional medium.

Keywords: Application, Promotion, Quality of Service