

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia berbasis teknologi akhir – akhir ini mengalami kemajuan yang pesat dengan adanya perkembangan yang signifikan. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, orang dipenjuru dunia hampir semua mempunyai *handphone* yang saat ini menjadi alat komunikasi yang cepat, praktis dan mudah. Salah satu keuntungan dari internet adalah menjadikan sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk bahkan jasa. *Digital marketing* merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh pebisnis untuk membantu serta mendukung berbagai kegiatan dan tentunya memiliki banyak kelebihan dalam pemanfaatan digital marketing seperti alat bantu pemasaran produk, membantu komunikasi antar konsumen dan pemilik produk, Pengurangan biaya operasional dan penjualan.²

Pemasaran sekarang berkembang dan mulai berpindah menjadi bentuk pemasaran digital yang lebih praktis dan hemat biaya. Pebisnis di era modern seperti saat ini harus mengenal dunia *online* untuk membantu pengenalan produk bahkan jasa yang akan ditawarkan, pemasaran secara *online* seperti saat ini lebih efektif karena sekarang hampir semua orang memiliki *handphone* dan

² Zainal Abidin Achmad, dkk., “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik”, *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.10, No.1*, April 2020, hal. 18.

mengenal internet secara luas yang pastinya tidak luput dari media sosial. Pemanfaatan media sosial saat ini tidak sekadar untuk berinteraksi secara umum namun media sosial saat ini juga digunakan oleh para pebisnis dari industri rumahan sampai merk besarpun ikut serta didalamnya. Ada beberapa media sosial yang sedang ramai digunakan saat ini sebagai sarana pemasaran seperti *Whatsapp, Facebook, Youtube, Twitter, Tik Tok* banyak orang menggunakannya karena pengguna yang aktif di media sosial tersebut pada umumnya cukup responsif terhadap suatu produk.³

Saat ini penggunaan media sosial cukup mendominasi kehidupan sehari hari kebergantungan orang pada *gadget* sekarang cukup besar dari kegiatan kecil seperti melihat jam sampai komunikasi, hiburan bahkan belanja tidak luput dari *gadget*. Media sosial dimanfaatkan pebisnis selain untuk memperkenalkan produk yang dijual atau yang biasa disebut *Personal Branding*, Pengenalan produk yang dilakukan bertujuan untuk pengguna media sosial supaya mengerti akan produk yang ditawarkan. *Personal Branding* sangatlah penting sebab setelah orang mengetahui produk kita harapannya adalah tertarik dengan promosi yang kita buat, Peningkatan penjualan yang terjadi karena iklan yang kita buat akan berimbas pada profitabilitas perusahaan. Penggunaan media sosial yang terjadi saat ini tidak sedikit yang bereaksi dengan promosi yang dilakukan oleh toko online untuk menawarkan bahkan tidak sedikit yang dengan sengaja mencari ulasan produk sampai harga produk

³ T. A. Shimp, "*Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication.*", (United States: Cengage Learning), hal. 395.

di media sosial, cara promosi para pebisnis saat ini tergolong lebih menarik perhatian konsumen yaitu dengan menerapkan cara siaran langsung dan memaparkan produk yang dijual. bahkan, didalam beberapa aplikasi media sosial juga menerapkan fungsi sebagai *marketplace* maka dari itu pemaparan produk dengan cara siaran langsung dan bantuan *marketplace* dalam aplikasi semakin mempermudah komunikasi antar *owner* dan konsumen.

Bu Azizah dan Pak Rudi selaku pemilik usaha Boneka Murah Blitar menyebutkan bahwa usaha seperti boneka atau aksesoris yang bersifat untuk keperluan hadiah pada konteks pemasaran umumnya lebih efektif dan cenderung menggunakan pemasaran digital atau yang biasa disebut *Digital marketing*, dalam artian mereka lebih mengandalkan dan memaksimalkan kekuatan pengenalan produk dengan cara *ditigal marketing* dengan media sosial yang digunakannya untuk membantu pengguna media sosial mengetahui produknya, dalam pelaksanaannya Bu Azizah dan Pak rudi selaku pemilik usaha memaksimalkan penggunaan media sosial dengan cara membuat beberapa akun dari beberpa jenis media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *tik tok* untuk mendongkrak pengguna media sosial supaya lebih mengenal dengan peluang yang lebih besar.⁴

Boneka Murah Blitar merupakan salah satu toko *online* yang menyediakan boneka berbagai ukuran dan berbagai jenis atau bentuk boneka, dari segi ukuran toko *online* Boneka Murah Blitar menyediakan ukuran mulai

⁴ Wawancara dengan Bu Azizah dan Pak Rudi selaku pemilik usaha “Boneka Murah Blitar” Kabupaten Blitar, 17 Maret 2023, pukul

Panjang 30 cm sampai dengan ukuran 2 meter dengan harga yang murah mulai Rp 20.000,00 sampai dengan Rp 400.000,00 dari rincian harga tersebut Boneka Murah Blitar dengan toko boneka *online* yang murah berkualitas dan banyak kelebihan seperti pengiriman cepat sampai seluruh Indonesia bahkan di toko *online* Boneka Murah Blitar juga menerima COD (*Cash On Delivery*) / bayar tunai Ketika barang sudah sampai untuk meyakinkan pelanggan.⁵

Boneka Murah Blitar awal didirikannya adalah pada 25 desember 2017 karena pada saat itu sedang maraknya pasar online yang bisa dikatakan konsumen pemasaran tradisional mulai beralih ke pemasaran modern seperti *online shop*. Alasan didirikannya Boneka Murah Blitar karena Bu Azizah dan Pak Rudi melihat peluang jual beli di *marketplace online* beberapa aplikasi seperti shoope, toko pedia, buka lapak saat itu mulai ramai, Namun, pemilik usaha Boneka Murah Blitar mencoba menjual boneka yang dianggap sebagai aksesoris atau barang yang dipergunakan untuk hadiah karena menurut pemilik usaha Boneka Murah Blitar adalah sebagai peluang dengan menjual dari media sosial. Disaat maraknya pandemi Covid-19 justru penjualan boneka semakin meningkat karena orang sangat terbatas untuk keluar dari rumah dan berakibat orang orang lebih banyak berbelanja melalui media *online* untuk memenuhi kebutuhan tidak pokok seperti boneka yang dijual oleh Pak Rudi dan Bu Azizah.⁶

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.*

Pemilihan Boneka Murah Blitar yang berjualan secara grosir di pasar online dirasa sangat mempermudah banyak hal seperti promosi dan transaksi dengan biaya seminimal mungkin. didalam promosinya yang pada hal ini boneka murah blitar dapat bersaing dengan lapak online diseluruh Indonesia karena kualitas dan harganya yang bisa dibilang murah, persaingan didalam dunia bisnis selalu tidak bisa dipungkiri dengan siapa dan apa yang akan dihadapinya. Namun, persaingan tetap ada yaitu dari lapak momo ginici yang ada diseluruh marketplace, tapi boneka murah blitar berani bersaing karena pengiriman lebih cepat karena langsung bekerja sama dengan konveksi dan jasa pengiriman, dari segi harga juga lebih murah di pasaran karena langsung bekerja sama dengan konveksi boneka, untuk kualitas juga berani bersaing karena langsung berhubungan langsung dengan konveksi dan lebih mengutamakan kepuasan pelanggan dengan berani sistem COD dan Pengembalian pesanan untuk memastikan barang datang sesuai kualitas.⁷

Berdasarkan pernyataan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*PENERAPAN DIGITAL MARKETING MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN*” (*studi kasus pada Boneka Murah Blitar*).

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana bentuk strategi yang dilakukan Boneka murah blitar dalam pemanfaatan *digital marketing*?

⁷ *ibid.*

2. Bagaimana penerapan media sosial yang digunakan pemilik usaha Boneka Murah Blitar dalam melakukan promosi?
3. Bagaimana dampak dari penerapan *digital marketing* yang dilakukan oleh Boneka Murah Blitar?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bentuk strategi yang dilakukan Boneka murah blitar dalam pemanfaatan digital marketing.
2. Untuk mengetahui penerapan media sosial yang digunakan pemilik usaha Boneka Murah Blitar dalam melakukan promosi.
3. Untuk mengetahui dampak dari penerapan digital marketing yang dilakukan oleh Boneka Murah Blitar.

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah ditulis dalam latar belakang masalah diatas dapat disimpulkan dan diidentifikasi adanya beberapa permasalahan yaitu:

- a. Untuk dapat memahami dan mengkaji strategi yang telah digunakan pemilik usaha dalam mencapai profitabilitas.
- b. Pemilihan jenis *digital marketing* yang digunakan Boneka Murah Blitar.
- c. Menganalisis pemanfaatan media sosial dalam melaksanakan promosi.
- d. Dampak dari *digital marketing* terhadap peningkatan hasil penjualan.

2. Batasan Masalah

Dalam mencapai batas penelitian ini agar tidak jauh dari tujuan penelitian, maka peneliti perlu melakukan Batasan masalah agar lebih spesifik dan jelas. Adapun Batasan masalah yang terdapat didalamnya yaitu penerapan *digital marketing* sebagai bentuk upaya dalam meningkatkan profitabilitas pada usaha Boneka Murah Blitar.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dengan melakukan penelitian ini, antara lain:

1. Bagi pelaku bisnis penelitian ini dapat memberikan masukan dalam bentuk konsep pemasaran dan pemanfaatan digital marketing dalam melakukan promosi dan penjualan.
2. Bagi peneliti dapat menyerap ilmu bisnis dan wawasan yang telah dipraktekan dengan konsep ataupun sistem bisnis selama ini untuk menambah ilmu bisnis dari yang saya dapat dari Boneka Murah Blitar yang berada di Perum Green Purworejo Residence No.38, Kec. Sukorejo, Kota Blitar. Jawa timur.
3. Bagi peneliti selanjutnya yaitu dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai referensi dan jadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa depan.

F. Penegasan Istilah

Guna menghindari kesalah pahaman dalam memahami skripsi yang berjudul “Penerapan *Digital Marketing* Melalui Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Volume Penjualan” yang diteliti pada boneka murah blitar sebagai objek utama, maka penulis perlu untuk menegaskan istilah-istilah yang ada judul tersebut sebagai berikut:

1. Penegasan Istilah

a. Penerapan

Penerapan adalah suatu kegiatan atau perbuatan untuk mempraktekan suatu metode, teori, dan sesuatu yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk mencapai suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok bahkan diri sendiri.

b. Digital marketing

Digital marketing kegiatan pemasaran mulai dari explorasi pasar, mengikat konsumen, dan mengeksekusi pasar yang dalam hal ini keseluruhannya dilakukan menggunakan media digital.⁸

c. Media sosial

Media sosial adalah platform komunikasi *online* yang memungkinkan pengguna melakukan interaksi, menyebarkan konten, serta terlibat pada komunitas dengan pengguna lainnya melalui internet.

⁸ Nursatyo dan Rosliani Dini, “*Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pemandang Harga Telunjuk.com*”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2018, Vol.1, No.2, Jakarta, hal 49.

media sosial telah mengganti cara orang berkomunikasi, berinteraksi dan mendapatkan berita.⁹

d. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan faktor penting dalam analisis kinerja perusahaan karena berpengaruh langsung terhadap pendapatan perusahaan. Semakin tinggi volume penjualan, semakin besar pendapatan yang dihasilkan, dan kemungkinan besar perusahaan akan mencapai tingkat profitabilitas yang lebih tinggi. Volume penjualan dapat diukur dalam unit fisik (misalnya, jumlah produk yang terjual) atau dalam satuan nilai uang (misalnya, total pendapatan penjualan). Analisis volume penjualan memungkinkan perusahaan untuk memahami permintaan pasar, tren penjualan, dan efektivitas strategi pemasaran serta upaya penjualan.

2. Secara Operasional

Penelitian ini secara operasional dimaksudkan untuk menganalisis bagaimana penerapan *digital marketing* yang diterapkan oleh Boneka Murah Blitar dan bagaimana Pengaruh yang dihasilkan apabila menggunakan media sosial dalam penerapannya untuk mencapai profitabilitas yang maksimal.

⁹ Nita Dkk., “*Pentingnya Ilmu Komunikasi Pada Era 4.0*”, (Indonesia: Berseri, 2023), hal.117.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab, dengan sub-sub bab disetiap bab sebagai perinciannya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian, Penegasan Istilah serta Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan mengenai tinjauan Pustaka seperti teori yang dihasilkan dari peneliti terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan mengenai Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Kehadiran Peneliti, Sumber Data, Teknik pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Pengecekan Keabsahan Temuan serta Tahap-Tahap Penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian yang berisi bagaimana pengelola usaha mengelola usaha Boneka Murah Blitar, Sitematika pemasaran dengan menggunakan *digital marketing* yang dilakukan. Serta hasil penelitian yang berisi analisis data dari temuan studi kasus

yang kemudian dijelaskan secara deskriptif dan menghasilkan hasil analisis.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang pembahasan yang mencakup aspek-aspek permasalahan dalam penelitian yakni penerapan *digital marketing* dengan media sosial yang digunakan oleh pelaku usaha Boneka Murah Blitar untuk mencapai profitabilitas.

BAB VI PENUTUPAN

Bab ini akan menguraikan mengenai kesimpulan serta saran-saran yang sesuai dengan hasil analisis data yang dilakukan.