

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada hakikatnya individu adalah makhluk hidup yang terhubung dengan lingkungannya dan bekerjasama dengan orang lain untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Oleh karena itu, Islam mendorong individu untuk bereksperimen termasuk terlibat dalam operasi komersial. Tujuan akhir dari kegiatan bisnis yang sering dilakukan adalah membuat seseorang memperoleh keuntungan. Namun, hasil yang diprediksi tidak hanya berkaitan dengan harta benda, namun juga berkah dan kesenangan hidup. Persaingan bisnis menuntut inovasi dan orisinalitas sebagai modal utama produk yang diciptakannya karena memiliki banyak jumlah perusahaan yang ada. Pemasaran strategi salah satu kegiatan yang merujuk pada rencana dan taktik yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan suatu perusahaan dengan tujuan meningkatkan penjualan dan mencapai keberhasilan bisnis.²

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi telah menimbulkan permasalahan baru dalam dunia saat ini. Strategi pemasaran bisnis telah berkembang dengan cepat. Dengan adanya internet, bisnis kini dengan melakukan transaksi dengan klien melalui berbagai aplikasi. Cara organisasi beroperasi dan cara pelanggan serta perusahaan berinteraksi telah berubah

² Aprilia Dian Evasari, “*Strategi Pemasaran Islami Dengan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk*”, Vol.4, Journal of Islamic Economic Development, 2020, Hal 22-49.

akibat adanya internet. Hal ini memungkinkan pertukaran informasi terbuka antara pembeli dan penjual melalui internet, aktivitas bisnis menjadi bebas biaya, dan pilihan pelanggan meningkat. Untuk kelangsungan usaha kecil, penggunaan teknologi untuk pemasaran menjadi sangat penting.³ Beberapa teknik dapat dipertimbangkan untuk memaksimalkan omset penjualan pada perusahaan, peranan pemasaran dalam dunia usaha, menyebabkan banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menemukan, dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menghasilkan produk yang lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing pesaingnya.

Pada umumnya suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya selalu bertujuan untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya sesuai dengan pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang serta menginginkan produktivitas yang maksimal di dalam menjaga dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan, baik yang bergerak di bidang jasa, industri maupun perdagangan⁴. Fenomena di era persaingan bebas dan informasi yang telah berlangsung selama ini telah membawa perubahan besar dalam lingkungan usaha, perubahan ini ditandai dengan perilaku konsumen yang semakin lama menuntut perbaikan kualitas atas produk atau jasa. Akibat jangka panjang persaingan dalam arena industri semakin ketat dan kualitas produk dan harga

³ Susilowati Rahayu, “Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Google My Business pada UMKM Gondanglegi Kabupaten Malang”, Vol. 1, Jurnal Abdimas Jayanegara, 2023, Hal 1-6.

⁴ Musa, B., & Rotinsulu, J. J. “Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi terhadap Omzet Penjualan Telur Ayam pada PT. Pandu Prima Manado”. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, (2019). Vol.7 (3), Hal 2701-20710.

bersaing inilah yang diharapkan untuk menentukan persaingan. Setiap perusahaan yang ingin tetap bertahan dan berkembang harus berupaya menggunakan sumber daya yang mereka miliki secara efektif dan efisien, juga selalu berupaya untuk mempertahankan dan memperbesar pangsa pasar mereka. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah meningkatkan volume penjualan dari setiap produk yang dihasilkan. Dalam dunia usaha, persaingan sudah sangat umum terjadi persaingan bisnis yang ketat menuntut setiap perusahaan untuk saling berkompetensi, sehingga setiap perusahaan perlu memperhatikan efektivitas dan efisiensi dalam pendayagunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan.

Pertumbuhan penjualan yang berfokus pada peningkatan volume penjualan dengan menemukan kemungkinan pasar baru, meningkatkan produktivitas staf penjualan, atau menciptakan kampanye promosi yang menarik. Selain itu, kenaikan harga memerlukan pemeriksaan biaya barang atau jasa untuk memastikan biaya tersebut wajar mengingat nilai yang diterima dan mengoptimalkan keuntungan. Langkah selanjutnya adalah diversifikasi produk, yang mencakup perluasan jangkauan produk atau layanan yang disediakan untuk menjangkau lebih banyak kelompok pasar dan menciptakan peluang tambahan untuk meningkatkan penjualan. Langkah berikutnya dalam pertumbuhan pasar adalah melihat prospek pasar demografis dan regional baru untuk menumbuhkan basis klien dan pendapatan. Selain itu, retensi pelanggan

berfokus pada mempertahankan klien saat ini dengan memberikan layanan pelanggan yang sangat baik.⁵

Menjangkau *customer* atau pelanggan secara online menjadi tujuan utama pemilik perusahaan di era digital saat ini. *Google My Business* adalah salah satu *tools* dari Google yang dapat digunakan untuk menaikkan peringkat halaman pencarian di *Search Engine Google*. *Google My Business* juga dapat dimanfaatkan untuk mengelola tampilan bisnis di pencarian Google serta Google Maps. Ketika seseorang menuliskan kunci bisnis yang dicari, maka Google akan menampilkan informasi mengenai bisnis sesuai keyword tersebut. Fitur dari *Google My Business* ini memudahkan konsumen menemukan informasi seputar bisnis seperti jam operasional, nama usaha, lokasi usaha, foto lokasi, *review* konsumen atau pelanggan, email, situs *website* serta nomor whatsapp atau telepon perusahaan. Sebelum membuat pilihan pembelian atau mengunjungi salah satu akun bisnis, seorang calon konsumen pastinya akan melakukan pencarian di internet. Layanan seperti *Google Places*, Maps, dan Google Bisnisku. Menurut data penelitian dari situs Google menunjukkan bahwa pelanggan senang mendengar cerita dan hal spesifik. Jadi ketika seseorang menelusuri perusahaan atau tempat di *Google* postingan *Google My Business* memberi mereka lebih banyak informasi. Salah satu fitur *Google Tools* yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan peringkat halaman pencarian di mesin pencari Google adalah Google Bisnisku. Selain itu, *Google*

⁵ Brando Musa, Jopie J. Rotinsulu "Pengaruh produk, harga, promosi, lokasi terhadap omzet penjualan telur ayam pada PT. Pandu Prima Manado", Vol.7, Jurnal EMBA, 2019, Hal 2701-2710.

My Business dapat digunakan untuk mengontrol tampilan bisnis pada penelusuran laman Google.⁶

Berdasarkan penjelasan di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh terkait dengan *Google My Business* berjudul STRATEGI MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PRODUK MELALUI OPTIMASI *GOOGLE MY BUSINESS* DI UD.BINTANG ANTIK SEJAHTERA TULUNGAGUNG .

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang diambil berdasarkan pemaparan konteks penelitian tersebut yaitu:

1. Bagaimana strategi optimasi *Google My Business* yang dilakukan dalam perusahaan untuk meningkatkan omzet penjualan produk pada UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung?
2. Bagaimana dampak dari penerapan optimasi *Google My Business* dalam meningkatkan omzet penjualan produk pada UD.Bintang Antik Sejahtera Tulungagung ?
3. Bagaimana kendala dan solusi dalam optimasi *Google My Business* yang dilakukan untuk meningkatkan omzet penjualan produk pada UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

⁶ M Lutfi MA, “Implementasi Teknik *Local Search Engine Optimization (seo)* Menggunakan *Google My Bussiness (Studi Kasus di Tb.Jaya Sukses)*”, Vol. 17, Jurnal Transformasi,2021,Hal 56 – 69.

Berdasarkan fokus penelitian diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui optimasi *Google My Business* yang digunakan untuk meningkatkan omzet penjualan produk pada UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung.
2. Untuk mengetahui peningkatan penjualan produk dalam optimasi *Google My Business* pada UD. Bintang Antik Sejahtera.
3. Untuk mengetahui kendala dan solusi optimasi *Google My Business* yang dilakukan untuk meningkatkan omzet penjualan produk pada UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap melalui penelitian ini akan memberikan manfaat diantaranya adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat atau menambah referensi dalam pengetahuan maupun pengalaman pada suatu bisnis khususnya tentang peningkatan omzet penjualan produk melalui optimasi *Google My Business*.

2. Secara Praktis

- a. Untuk akademis, penulis mengharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan kepada pembaca sebagai referensi keperluan akademik terkait dalam pengembangan optimasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

- b. Untuk UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah pembendaharaan perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dan Menyumbang temuan yang mungkin bermanfaat bagi pembaca.
- c. Untuk pemilik usaha, diharapkan dapat menjadi pertimbangan sekaligus solusi masalah di lapangan, khususnya pengoptimasian *Google My Business*.
- d. Untuk peneliti berikutnya, dari hasil penelitian ini dapat digunakan acuan dalam memperluas pengetahuan khususnya yang membahas problematika *Google My Business* di lapangan.

E. Identifikasi Penelitian

Pembatasan masalah dalam penelitian ini dilakukan agar pembahasan pada penelitian ini terfokus pada permasalahan yang diteliti, sehingga tidak meluas ke konsep lain. Ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini adalah strategi meningkatkan omzet penjualan pada UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung. Berdasarkan ruang lingkup perumusan masalah diatas, maka dilakukan ke inti pembahasan dalam penelitian ini, yaitu strategi meningkatkan omzet penjualan pada UD. Bintang Antik Sejahtera dengan memfokuskan peningkatan omzet penjualan melalui optimasi menggunakan *Google My Business*.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan suatu unsur dalam penelitian yang menjelaskan karakteristik masalah yang diteliti:

a. Strategi

Dalam rangka pencapaian tujuan organisasi, telah umum diketahui bahwa istilah strategi semula bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai "kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan". Dewasa ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya.⁷

b. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada pembeli.⁸

2. Definisi Operasional

Variable pada penelitian ini Omzet Penjualan produk selama periode waktu tertentu. Omset sebanding dengan konsep pendapatan kotor. Hal ini disebabkan karena biaya-biaya yang dikeluarkan sebagai

⁷ Prof.Dr.Sondang P. Siagian,MPA,"*Manajemen stratejik*",(Jakarta : PT Bumi Aksara ,2012)

⁸ Ita Nurcholifah, "*Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah*" Vol.4,Jurnal Khatulistiwa-Journal Islamic of Studies,2014, Hal 73-86.

belanja modal, seperti biaya produksi, gaji pegawai, dan biaya operasional lainnya.⁹ Dan upaya untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, atau kinerja suatu sistem, proses, atau produk. Tujuan utama dari optimasi adalah untuk mencapai hasil yang lebih baik atau optimal dalam hal waktu, biaya, sumber daya, atau faktor lainnya.¹⁰ Platform yang disediakan untuk pengoptimasian yaitu *Google My Business* untuk membantu bisnis atau usaha lokal memperluas jangkauan online mereka, dan ini mendukung semua jenis bisnis.¹¹

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penulisan dan mempermudah pemahaman secara menyeluruh tentang skripsi ini, Sistematika pembahasan ini dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

Bagian Awal: Halaman sampul luar, halaman sampul dalam, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar bagan, daftar gambar, daftar lampiran, abstrak.

1. Bab I Pendahuluan: Bab I ini berisi latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, identifikasi penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

⁹ Yusuf Hamdan, “Promosi Bisnis Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan”, Jurnal Komunikasi, Vol.2, 2017, Hal 108-113.

¹⁰ Rinda Arista, Nurlaila, “Pengaruh Sistem Pencatatan Laporan Keuangan Terhadap Optimalisasi Kinerja Karyawan pada Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan”, Sibatik Journal, Vol.1, 2022, Hal 585-594.

¹¹ Achmad Zuchriadi, Fajar Rahayu dkk, “Pelatihan Optimasi Google Bisnisku Anggota Komunitas Tangan di atas Jakarta Timur Agar bisa Bertahan saat Pandemi C-19” Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat, 2021, Hal 49-52.

2. Bab II Kajian Pustaka: Pada bab ini, akan menguraikan teori strategi pemasaran, peningkatan omzet penjualan, peran media social, optimasi *Google My Business*, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian.
3. Bab III Metode Penelitian: Bab ini menjelaskan tentang instrumen yang digunakan, lokasi penelitian, jenis penelitian dan langkah-langkah analisis.
4. Bab IV: Hasil Penelitian, pada bab ini berisi tentang hasil temuan dan pemaparan data penelitian yang diperoleh dengan cara Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.
5. Bab V: Pembahasan, berisi pembahasan mengenai penelitian yang telah dilakukan dan dikaitkan dengan teori yang merujuk pada penelitian. Penelitian disini melakukan pembahasan terhadap hasil penelitian yang telah ditemukan kemudian dikaitkan dengan teori yang ada.
6. Bab VI: Penutup, pada bab ini akan berisi mengenai kesimpulan dan saran. Dimana peneliti akan menyimpulkan isi skripsi dan memberikan saran-saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

Bagian Akhir: Daftar Pustaka, lampiran-lampiran dan lain-lain.