

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era teknologi saat ini telah berkembang pesat mendorong dan mempengaruhi para pelaku bisnis untuk selalu mengikuti *trend* digital. Contohnya seperti dalam bentuk *digital marketing*. Teknologi ini selain dirasa dapat meningkatkan nilai penjualan, *digital marketing* juga memberikan keuntungan untuk berbagai pihak termasuk dalam membantu kegiatan bisnis seperti membuat *brand* sebuah perusahaan lebih efektif dan tepat sasaran.

Dunia digital kini menjadi satu kebutuhan untuk memenangkan persaingan bisnis dengan memperkenalkan dan mempromosikan produk dan jasa. Tujuannya yaitu untuk memperoleh keuntungan. Sudah saatnya pelaku bisnis mulai memanfaatkan teknologi dalam mempromosikan produk atau apapun yang kita miliki yang dikenal sebagai *digital marketing*. Selain pelaku usaha, masyarakat sebagai pembeli juga harus menghindari bertransaksi menggunakan uang tunai dan lebih banyak memanfaatkan pembayaran digital, apalagi di era ini yaitu non tunai infrastruktur pembayaran telah mendukung terciptanya masyarakat non tunai. *Digital marketing* atau pemasaran produk/*brand* pada *platform* media sosial dikemas dalam sebuah cara menarik yaitu dengan menggunakan berbagai aplikasi seperti instagram, whatsapp, line, twitter, youtube, dan lain-lain. Sebagian besar masyarakat sudah mengunduh dan menggunakan aplikasi media sosial dalam pembuatan konten yang menarik dan digunakan sebagai *platform* oleh perusahaan maupun individu untuk memasarkan produknya. *Platform* media sosial berguna untuk meningkatkan penjualan bisnis *online*.

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak mungkin dapat dihindari dalam kehidupan saat ini, seiring kemajuan teknologi sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi ada diciptakan untuk memberikan manfaat

positif, memberikan banyak kemudahan, serta cara baru dalam beraktivitas dikehidupan. Khususnya di bidang teknologi masyarakat telah menikmati banyak manfaat yang dihasilkan oleh inovasi pada saat ini. Seorang pebisnis harus mempunyai banyak strategi pemasaran agar dapat meningkatkan penjualan. Pemasaran adalah salah satu kegiatan terpenting dalam dunia bisnis.

Kegiatan penjualan dengan menggunakan *digital marketing* sudah sangat banyak diminati oleh masyarakat dan juga merupakan satu media yang mendukung operasional sehari-hari. Banyak diantara kita perlahan mulai menerapkan pemasaran digital yang awalnya hanya menggunakan metode pemasaran tradisional. Penggunaan *digital marketing* memberikan kemudahan dalam berpromosi, bertransaksi, pengurangan biaya dan mempercepat proses transaksi. Kenyataan yang sedang berkembang saat ini adalah internet dijadikan sebagai sarana utama para pelaku usaha untuk menjual dan mempromosikan usaha mereka karena hampir semua orang mengetahui tentang *gadget* serta fungsinya yaitu untuk menjadi sarana bertukar informasi antara satu orang dengan yang lainnya. Selain itu sebagai media yang mampu menjawab tantangan atau kendala bisnis seperti wilayah geografis, promosi, target pemasaran, proses administrasi pembelian dan penjualan.

Di Indonesia, *digital marketing* telah banyak diterapkan oleh berbagai macam industri mulai dari skala kecil, menengah hingga besar tidak terkecuali dibidang agribisnis. Tujuan diterapkannya yaitu untuk mendapatkan pangsa pasar digital yang lebih luas dan dapat menjangkau pelanggan potensial dari berbagai bagian diwilayah manapun. Menurut Pradian (2017), dengan menerapkan *digital marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/*real time* serta bisa mengglobal atau mendunia. Perubahan dunia teknologi ke arah digitalisasi merubah cara kerja pelaku bisnis untuk lebih cepat menyesuaikan dengan perkembangan tersebut, media sosial adalah salah satu teknologi yang populer dan banyak diminati oleh penggunanya saat ini. Salah satu negara dengan tingkat pengguna media sosial terbesar di dunia adalah indonesia.

Jumlah pengguna sosial media berbasis web seperti blog, situs web, email, iklan serta jejaring sosial ini banyak dan semakin hari semakin bertambah

membuka peluang bagi banyak pengusaha untuk mengembangkan pasarnya hanya dalam genggamannya *gadget*. Media sosial menjadi salah satu *platform* yang sangat efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kesadaran merek. Namun, memiliki akun media sosial saja tidak cukup untuk mencapai tujuan pemasaran yang optimal. Diperlukan strategi *digital marketing* yang tepat untuk memanfaatkan media sosial dengan maksimal dan meningkatkan pengaruhnya pada calon pelanggan.

Usaha yang terletak di Jl. Awang Mahmuda, Sungai Alam, Bengkalis atau yang sering disebut dengan Hantaran Kembar merupakan sebuah usaha yang membuat berbagai macam seserahan untuk pernikahan, dan juga membuat buket sesuai dengan kebutuhan konsumen. Seserahan ini tentunya tidak langsung diberikan begitu saja, melainkan harus dikemas dengan tampilan yang cantik dan menarik. Kebanyakan pasangan yang akan menikah sibuk memikirkan hal-hal yang harus diurus seputar pernikahan, termasuk soal seserahan ini. Dengan menggunakan sistem *digital marketing* dapat memudahkan para konsumen untuk memesan dan berkonsultasi secara langsung dengan *owner* mengenai seserahan yang sesuai dengan keinginan konsumen dan juga dapat menghemat waktu serta tenaga tanpa harus datang langsung ketempat. Jasa pembuatan seserahan ini bisa menjadi peluang usaha yang cukup menarik tanpa harus terikat jam kerja.

Usaha Hantaran Kembar ini sebelumnya sudah memiliki sosial media diantaranya Instagram dan juga WhatsApp. Hanya saja usaha ini masih asing/belum terlalu dikenal oleh masyarakat dikarenakan masih kurangnya promosi sehingga cakupan customer yang diperoleh *owner* selama ini sebagian besar berasal dari tetangga, relasi dan jarang orang umum. Cara mengatasinya yaitu harus lebih giat lagi dalam mempromosikan produk di setiap media sosial yang sudah ada sebelumnya dan juga bisa diatasi dengan membuat akun bisnis di aplikasi Shopee ataupun Tiktok Shop. Dengan demikian segmen pasar yang dituju semakin luas dan dapat mendukung kegiatan pemasaran pada usaha Hantaran Kembar. Berdasarkan uraian di atas, kita dapat mengetahui seberapa efektif **Penerapan *Digital Marketing* Dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Pada Usaha Hantaran Kembar Sungai Alam, Bengkalis.**

## **1.2 Identifikasi Proyek**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi proyek yang timbul adalah bagaimana penerapan *digital marketing* dalam mendukung kegiatan pemasaran pada usaha Hantaran Kembar?

## **1.3 Tujuan Proyek**

Tujuan proyek penerapan *digital marketing* dalam mendukung kegiatan pemasaran pada usaha Hantaran Kembar ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran pada usaha Hantaran Kembar.
2. Untuk melakukan penerapan *digital marketing* dalam mendukung kegiatan pemasaran pada usaha Hantaran Kembar.
3. Untuk mengetahui kendala dan solusi yang dihadapi saat penerapan *digital marketing* dalam mendukung kegiatan pemasaran pada usaha Hantaran Kembar.

## **1.4 Manfaat Proyek**

Penerapan *digital marketing* dalam mendukung kegiatan pemasaran pada usaha Hantaran Kembar dapat memberikan banyak manfaat bagi penulis dan pihak lain sebagai pemilik usaha di bidang ini, antara lain:

1. Bagi Penulis  
Diharapkan dalam proyek ini penulis dapat menambah wawasan dari penerapan *digital marketing* serta dapat dipakai sebagai acuan untuk mengembangkan kemampuan yang dimiliki dalam membangun sebuah bisnis.
2. Bagi pembaca dan pihak lain  
Dapat memberikan informasi tambahan untuk mengembangkan minat dan kemampuan dalam berbisnis. Serta mampu memotivasi UMKM untuk menggunakan *digital marketing* sebagai sarana komunikasi dan promosinya.

## **1.5 Tempat Pelaksanaan Proyek**

Tempat pelaksanaan proyek penerapan *digital marketing* dalam mendukung kegiatan pemasaran pada usaha Hantaran Kembar yaitu di Jl. Awang Mahmuda, Sungai Alam, Bengkalis.

## **1.6 Sistematika Penulisan Laporan**

Agar penulisan laporan proyek akhir ini dapat sistematis dan tersusun dengan rapi maka diperlukan sistematika penulisan laporan. Berikut ini adalah sistematika penulisan proyek akhir

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah proyek, identifikasi masalah proyek, tujuan proyek, manfaat proyek, dan sistematika penulisan suatu proyek di dalam laporan skripsi

### **BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan. Teori-teori yang diuraikan yaitu teori umum dan teori khusus

### **BAB 3 : METODE DAN PROSES PENYELESAIAN PROYEK**

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai identifikasi rencana persiapan proyek, rencana pelaksanaan proyek, rencana penyelesaian dan pelaporan proyek yang meliputi laporan pelaksanaan kegiatan proyek dan laporan keuangan pelaksanaan kegiatan proyek.

### **BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada tahap ini penulis membahas tentang profil kegiatan usaha, laporan pelaksanaan kegiatan proyek yang meliputi persiapan proyek, pelaksanaan proyek, penyelesaian dan pelaporan proyek.

### **BAB 5 : PENUTUP**

Pada Bab 5 berisi dijelaskan rangkuman hasil proyek akhir dalam bab-bab sebelumnya yang ditulis dalam suatu kesimpulan, serta saran sebagai rekomendasi untuk perbaikan ditempat proyek akhir