

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan teknologi saat ini, internet merupakan suatu teknologi yang berkembang dengan pesat karena dapat diakses sangat cepat dan dimana saja oleh siapapun. Internet dapat digunakan sebagai alat berkomunikasi bahkan pada saat ini sering digunakan untuk melakukan proses jual dan beli barang maupun jasa. Pada dasarnya banyak pengusaha memasarkan barang-barang melalui internet. Teknologi informasi tidak lepas dengan istilah sosial media terutama di negara Indonesia perkembangannya sangatlah cepat. Pada zaman sekarang semua sudah serba digital dan lebih efektif ketika dalam melakukan kegiatan secara digital. Didalam berbisnis ada juga yang menggunakan Media Sosial, media sosial ini dapat dimanfaatkan sebagai sistem informasi yang jelas dan dapat dipercaya.

Menurut Purwana et al, (2017). *Media social* adalah salah satu teknologi yang populer dan banyak diminati oleh penggunanya saat ini. Eksploitasi pada teknologi digital memperoleh dengan menggunakan digital marketing dan akan memberikan saluran yang mempunyai potensi besar dalam mencapai keefektifan tujuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pembeli.

Definisi digital marketing Febriyan toro & Arisandi (2018) yang dinyatakan oleh Wardhana adalah kegiatan pemasaran yang melibatkan media berbasis internet. Definisi lain disampaikan oleh Kannan dkk, (2016) tentang digital marketing menurut American Marketing Association (AMA) adalah sebuah proses dari aktivitas, institusi, diberikan dengan menggunakan teknologi digital dalam menyampaikan, menciptakan, dan mengomunikasikan kepada konsumen dan pihak yang mempunyai kepentingan lainnya.

Bunga adalah hal yang paling disukai wanita. Ada berbagai jenis bunga di dunia ini, Berbagai macam arti dan keterangannya masing-masing. Pada umumnya dari dulu

hingga sekarang kita tidak lepas yang dari namanya bunga. Bunga selalu diperlukan dalam setiap acara karena sebagian orang menyukai bunga. Selain itu Dalam acara pernikahan, bunga terpajang dimana-mana, mulai dari dekorasi ruangan. Selain itu pada acara biasanya orang-orang akan memberi bunga sebagai atas ucapan selamat. Bunga merupakan hal yang kurang banyak diminati dan hanya populer dan dibeli orang pada saat tertentu saja, misalnya pada saat valentine, kemudian pernikahan, atau bunga yang dikirim untuk suatu acara. Untuk menjadi seorang pengelola bunga, dibutuhkan keterampilan dan kreativitas yang tinggi, seperti teknik merawat bunga, mendesain rangkaian bunga. Pengusaha bunga harus mampu memilih bunga dan material yang cocok satu dengan yang lain, pengusaha bunga harus tau bagaimana nantinya cara mengurus dan paham akan keinginan pembelinya. Penjual bunga harus mampu membuat bouquet, bunga gelang, dan bentuk-bentuk lain yang lebih sulit. Industri kecil seperti usaha Bunga yang berada di Kota Bengkulu kini maksimal dalam pemasaran dan pelayanan produknya. Dan informasi mengenai tempat dan layanan pemesanan disetiap usaha bunga yang ada, akan mempermudah pembeli dalam proses pemesanan bunga.

Seperti yang ditawarkan oleh usaha “Missme Moment Florist Bengkulu”, Usaha “Missme Moment Florist Bengkulu” merupakan usaha bunga yang sudah berdiri sejak Tahun 2018. “Missme Moment Florist” menawarkan berbagai macam jenis buket, yang modern dan selalu mengikuti trend terbaru sehingga tidak ketinggalan zaman. “Missme Moment Florist” merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan bunga tentu saja memiliki permasalahan dalam menyikapi hal tersebut, karena di Kota Bengkulu ini usaha sejenis pengusaha bunga sudah mulai banyak berkembang, maka persaingan merupakan masalah yang sangat diperhatikan oleh “Missme Moment Florist”. Hasil usaha yang ditawarkan ada banyak jenis yaitu buket bunga, bloom box dll, dimana bunga tersebut dirangkai sedemikian rupa hingga dapat menjadi suatu barang yang memiliki nilai jual tinggi, hasil dari bunga tersebut pun dapat di mix dengan hadiah lainnya seperti coklat, foto, balon, boneka, uang dan lain-lain nya.

Untuk memperkenalkan produk ini strategi pemasaran sangat dibutuhkan. Strategi pemasaran adalah salah satu awal dalam memperkenalkan produk pada calon pembeli dalam rangka meningkatkan keuntungan bisnis. Sebelum melakukan berbagai pemasaran

dan promosi yang lainnya, pengusaha harus terlebih dahulu menentukan segmentasi pasar secara jelas, sebagian besar kegagalan bisnis berasal dari tujuan dan segmentasi pasar yang salah.

1.2 Identifikasi Proyek

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan di atas, maka hasil identifikasi masalah yang timbul yaitu

- a. Bagaimana mengetahui penerapan pemasaran digital pada usaha “Missme Moment Florist”
- b. Bagaimana mengetahui bauran pemasaran yang telah dilakukan usaha “Missme Moment Florist”
- c. Bagaimana mengetahui analisis SWOT pada usaha “Missme Moment Florist”
- d. Bagaimana mengetahui kendala dan solusi yang ada di usaha “Missme Moment Florist”

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan Proyek Implementasi *Digital Marketing* pada Usaha “Missme Moment Florist” Bengkalis terdiri dari :

1. Untuk mengetahui penerapan pemasaran digital pada usaha “Missme Moment Florist”
2. Untuk mengetahui bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh usaha “Missme Moment Florist”
3. Untuk mengetahui analisis SWOT pada usaha “Missme Moment Florist”
4. Untuk mengetahui kendala dan solusi yang ada di usaha “Missme Moment Florist”

1.4 Manfaat Proyek

Proyek akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Penulis

1. Diharapkan proyek ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasi penulis dan sarana belajar bagaimana strategi pemasaran yang baik.
2. Untuk memenuhi syarat penyusunan Skripsi guna mendapatkan gelar Diploma IV dari Progam Studi Bisnis Digital.
3. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan digital marketing yang baik dan bagus untuk digunakan dalam peningkatan penjualan pada usaha “Missme Moment Florist”

1.4.2 Bagi pelaku UMKM

Diharapkan proyek akhir ini dapat menjadi salah satu bahan masukan dan informasi yang berharga bagi pelaku usaha untuk melakukan penelitian dalam bidang yang sejenis, khususnya terkait digital marketing pada suatu usaha atau bisnis tertentu.

1.4.3 Bagi Pihak Lain

Penulis berharap proyek ini dapat dijadikan sebagai salah satu acuan untuk pelaksanaan proyek dan dapat memberikan sumbangan berharga bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan untuk melakukan penelitian dalam bidang yang sejenis, khususnya terkait digital marketing pada suatu usaha atau bisnis tertentu.

1.5 Tempat Pelaksanaan Proyek

Tempat pelaksanaan proyek Implementasi Digital Marketing pada Usaha *Missme Moment Florist* Bengkalis, akan dilaksanakan di Jl. Pramuka Gg. Pembina, Kecamatan Bengkalis, Kabupaten Bengkalis. Waktu pelaksanaan implementasi *digital marketing* pada usaha “Missme Moment Florist” akan dilaksanakan selama Satu (1) bulan yaitu pada bulan Juni 2024. Selain itu proses promosi dan penjualan akan dilakukan melalui media *Online* seperti *facebook*, *tiktok*, *instagram* dengan menggunakan sistem *Pre-Order*.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Agar penulisan laporan proyek akhir ini dapat tersusun dengan rapi maka diperlukannya sistematika penulisan laporan. Adapun sistematika penulisan laporan

proyek Implementasi *Digital Marketing* pada Usaha “Missme Moment Florist” Bengkalis adalah sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, Identifikasi proyek, tujuan proyek, manfaat proyek, serta sistematika penulisan laporan proyek.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan tentang teori yang diperlukan untuk memperkuat alasan pembuatan proyek dan rancangan dari proyek yang akan dibahas yaitu penelitian terdahulu, pemasaran, bauran pemasaran, STP, Analisis SWOT, Promosi dan *Digital Marketing*. Mengenai keberhasilan usaha *Missme Moment Florist* yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan digunakan sebagai acuan dalam melakukan pembahasan masalah.

BAB 3 : METODA DAN PROSES PENYELESAIAN PROYEK

Pada bab ini menguraikan rencana persiapan proyek, rencana pelaksanaan proyek Skripsi, rencana penyelesaian proyek, dan rencana pelaporan proyek yang terdiri dari laporan pelaksanaan kegiatan proyek.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan profil UMKM, sejarah usaha, tanggal berdiri, tanggal berdiri, alamat, pemilik usaha dan laporan hasil dan pembahasan proyek yang terdiri dari persiapan proyek, pelaksanaan proyek, penyelesaian proyek, pelaporan proyek serta pelaporan keuangan pelaksanaan kegiatan proyek.

BAB 5 : PENUTUP

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