

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Achmad Fauzi (2017) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi yang semakin pesat mempengaruhi gaya hidup yang semakin mencolok dan menyebabkan tuntutan teknologi yang sesuai dengan perkembangan zaman. Teknologi sendiri tidak dapat lepas dari komunikasi dan perkembangan pengetahuan. Pada zaman dahulu, manusia mendapatkan makanan dengan cara berburu dengan menggunakan tombak, panah, dan alat berburu lainnya. Namun dimasa sekarang manusia dipermudah dengan hanya mencari restoran siap saji. Dengan menelepon saja manusia bisa memenuhi kebutuhan pangannya. Hal tersebut merupakan contoh dari pesatnya perkembangan teknologi terutama dunia digital melalui internet. Penggunaan internet saat ini sangat berkembang, digunakan oleh berbagai kalangan baik digunakan untuk mencari informasi, mendukung proses bisnis sehingga dari situlah mendorong perusahaan untuk semakin kompetitif. Penggunaan internet memberikan keluasaan bagi pelanggan untuk dapat melakukan transaksi, menawarkan produk, berkomunikasi dengan produsen maupun konsumen tanpa dibatasi dengan jarak dan waktu, sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar.

Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Menurut Andi Herawan (2019) menjelaskan berbagai kegiatan bisnis kecil maupun besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Salah satunya adalah *digital marketing*. *Digital marketing* adalah salah satu media pemasaran yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. *Strategi* pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat. Dengan menggunakan pemasaran seperti ini komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bisa mendunia.

Azzizah Siregar (2017) menyatakan terkait kedudukan UMKM di Indonesia sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor. Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro, diharapkan UMKM menjadi pelaku utama yang produktif dan berdaya saing dalam perekonomian nasional. Industri UMKM di tanah air saat ini menghadapi situasi yang demikian sulit ditengah perubahan lingkungan bisnis yang kompleks, persaingan pasar semakin ketat dengan derasnya arus perdagangan bebas yang memberikan dampak persaingan pasar bukan dari pasar domestik tapi juga regional maupun global.

Transaksi bisnis melalui internet merupakan satu fenomena bisnis baru. Salah satu manfaat internet sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang atau jasa. Dari sisi finansial, *digital marketing* sangat menjanjikan untuk peningkatan laba usaha. Oleh sebab itu, peneliti hendak menerapkan pemasaran melalui media sosial tersebut terhadap UMKM yang ada pada CV Anugerah Jaya Abadi, agar bisnis mereka tidak hanya diketahui pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang ditempuh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. Realita dilapangan menunjukkan bahwa kebanyakan UMKM di Indonesia memiliki beberapa permasalahan yang sama, salah satunya adalah kurangnya pengetahuan tentang *digital marketing*.

CV Anugerah Jaya Abadi merupakan UMKM yang bergerak dibidang manufaktur yang berlokasi di Jl. Wiyung 1 Mangga 1 Nomer 89. Perusahaan ini mengelolah bahan baku mentah menjadi bahan baku jadi dan jika bahan baku mentah dari perusahaan tersebut habis maka perusahaan tersebut mengambil bahan baku mentah dari perusahaan lain untuk dijadikan bahan baku jadi. Produk yang dihasilkan berupa bantal dan guling. Proses pemasaran pada CV Anugerah Jaya Abadi memiliki beberapa tahap mulai dari menawarkan produk melalui *offline*, kemudian mencoba melakukan pemasaran secara *online*. Dalam proses pemasaran, pada bagian ini memiliki peran yang sangat penting karena pemasarlah yang bisa menjualkan produk bantal dan guling, sehingga mudah untuk dikenal oleh masyarakat dan mengindari terjadinya pembengkakan pada saat memproduksi

bantal dan guling. Hal tersebut terlihat dari ketidaksesuaian antara target penjualan dengan proses yang dihasilkan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk membantu membuat *digital marketing* pada CV Anugerah Jaya Abadi supaya dibagian pemasaran bisa memasarkan produknya lebih luas dengan memanfaatkan teknologi digital pada era saat ini. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **'Penerapan Strategi *Digital Marketing* Pada CV Anugerah Jaya Abadi'**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimanakah penerapan *digital marketing* pada CV Anugerah Jaya Abadi?
2. Hambatan dan pemecahan apa saja yang muncul pada saat penerapan *digital marketing* pada perusahaan CV Anugerah Jaya Abadi?
3. Bagaimanakah dampak jika menggunakan pemasaran secara *offline* kemudian berubah menggunakan pemasaran *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui penerapan *digital marketing* yang dilakukan oleh CV Anugerah Jaya Abadi.

2. Untuk mengetahui hambatan dan memberikan bantuan pemecahan masalah apa saja dari perusahaan CV Anugerah Jaya Abadi Wilayah jika sudah menerapkan *digital marketing*.
3. Untuk mengetahui dampak jika menggunakan pemasaran secara *offline* kemudian berubah menggunakan pemasaran secara *online*.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang penerapan strategi *digital marketing* pada CV Anugerah Jaya Abadi.

b. Bagi Pembaca

Menambah informasi tentang penerapan strategi *digital marketing* pada CV Anugerah Jaya Abadi.

c. Bagi Perusahaan

Menambah informasi tentang penerapan strategi *digital marketing* pada CV Anugerah Jaya Abadi.

d. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Untuk informasi tambahan dan sarana dalam menambah literasi tentang penerapan strategi *digital marketing* pada CV Anugerah Jaya Abadi pada perpustakaan Universitas Hayam Wuruk Perbanas.

1.5 Sistematika Penelitian

Bab I : Pendahuluan

Pada bab 1 ini memuat tentang pendahuluan, yang terdiri dari latar

belakang masalah yang membahas mengenai penerapan strategi *digital marketing* serta mengetahui tantangan pada saat menerapkan strategi *digital marketing* pada perusahaan. Kemudian membahas juga mengenai rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian berkaitan dengan judul penelitian yaitu “Penerapan Strategi *Digital Marketing* Pada Perusahaan CV Anugerah Jaya Abadi”.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Pada bab 2 ini membahas tentang teori terkait pemasaran dan konsep-konsep menerapkan strategi *digital marketing* serta mendukung penelitian tersebut.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab 3 ini membahas tentang desain penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, batasan penelitian hanya pada perusahaan bidang manufaktur, menggunakan data primer dan data sekunder serta metode pengumpulan data menggunakan cara wawancara, observasi dan dokumentasi serta teknik analisis data dengan cara menarik kesimpulan, reduksi data dan penyajian data.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Pada bab 4 ini memuat tentang gambaran subjek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan. Pada sub-sub gambaran subjek penelitian dijelaskan tentang sejarah singkat berdirinya perusahaan tersebut, struktur dari organisasi yang ada pada

perusahaan, profil dari pemilik perusahaan, dan visi misi pada CV Anugerah Jaya Abadi.

Bab V : Penutup

Pada bab 5 ini memuat tentang kesimpulan, saran dan implikasi penelitian. Kesimpulan berisikan hal yang berdasarkan tujuan penelitian dan hasil penelitian. Saran dibuat untuk mengatasi kendala dan hambatan perusahaan dalam menerapkan strategi *digital marketing* pada CV Anugerah Jaya Abadi.