

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Definisi Pemasaran menurut Yulia (2019:1) merupakan suatu kegiatan atau aktifitas yang memiliki tujuan untuk mengidentifikasi serta menemukan kebutuhan seseorang. Atau dengan kata lain pemasaran adalah suatu bentuk kegiatan yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga produk ataupun jasa, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dibutuhkan kepada konsumen.

Menurut Naimah (2020) di era sekarang, UMKM sebaiknya dapat memanfaatkan dengan baik media digital sebagai salah satu usaha untuk memasarkan produknya. Dengan begitu, konsumen dapat lebih mudah untuk mengakses *online shop* yang dibuat serta mengenal produk yang ditawarkan. Saat ini media digital seperti media sosial, *e-commerce*, *website*, dll sangat diminati untuk mendukung berbagai aktivitas yang dilakukan. Menurut Susanto (2020:42) dengan pemasaran online, transaksi pemasaran dapat dilakukan kapan saja (*real time*) dan pemasaran bahkan dapat bersifat global atau mendunia. Akan tetapi sangat disayangkan, masih banyak UMKM yang memiliki permasalahan sehingga mengakibatkan *digital marketing* yang telah mereka bangun kalah saing dengan perusahaan-perusahaan yang lain.

Di Kabupaten Lumajang, Kecamatan Yosowilangun tepatnya di Desa Kalipepe terdapat toko yang menawarkan barang dan jasa khususnya di bidang elektronik, seperti penjualan laptop, monitor, cpu, mouse, keyboard, layanan service laptop, service printer dan masih banyak lagi yang lainnya. Permasalahan yang dihadapi oleh Toko SVC ini adalah terkait *template design* yang kurang memunculkan identitas perusahaan sehingga target pasar kurang mengenali bahwa produk itu merupakan produk dari UMKM SVC. Media digital yang saat ini UMKM SVC terapkan yaitu *Facebook*, *Whatsapp*, dan Tokopedia akan tetapi jika dilihat dari permasalahan yang dihadapi UMKM SVC, penggunaan media digital yang diterapkan kurang optimal. Karena pembuatan *digital marketing* saja tanpa adanya komponen penunjang serta alat bantu dalam pemasaran online lainnya, maka produk yang mereka tawarkan kurang dikenal masyarakat luas. Pengembangan *digital marketing* pada UMKM SVC ini dapat dilakukan dengan cara pembuatan *template design* dengan menyertakan logo beserta *watermark*, penyusunan *company profile digital* dan pembuatan *webise landing page*.

Perkembangan teknologi yang pesat membuka peluang untuk UMKM untuk memperluas target pasarnya melalui penerapan *digital marketing*. Dengan penggunaan pemasaran online, hal ini memungkinkan UMKM untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan. Karena pada intinya, tujuan *digital marketing* adalah untuk secara cepat melibatkan konsumen dan calon pelanggan. Maka dari itu, tugas akhir ini dibuat dengan judul “Pengembangan Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada UMKM Sentra Variant Computer”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi *digital marketing* yang diterapkan UMKM Sentra Variant Computer ?
2. Bagaimana hambatan yang terjadi saat menerapkan *digital marketing* ? dan bagaimana upaya penyelesaiannya ?
3. Bagaimana proses pengembangan strategi pemasaran melalui *digital marketing* ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang tertera, berikut adalah tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini :

1. Untuk mengetahui strategi *digital marketing* yang diterapkan UMKM Sentra Variant Computer.
2. Untuk mengetahui hambatan dan upayanya dalam melaksanakan penerapan *digital marketing*.
3. Untuk mengetahui dan memahami proses pengembangan strategi pemasaran melalui *digital marketing*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

**a. Bagi Peneliti**

1. Sebagai perbandingan antara teori manajemen marketing yang diperoleh dalam perkuliahan dengan wawancara atau praktik langsung.
2. Sebagai sarana untuk memahami terkait *Digital Marketing*.

**b. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas**

1. Sebagai pelengkap koleksi perpustakaan Universitas Hayam Wuruk Perbanas.
2. Sebagai acuan atau referensi bacaan bagi mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas khususnya Program Studi Perbankan dan Keuangan yang sedang memprogram tugas akhir.

**c. Bagi SVC (*Sentra Variant Computer*)**

1. Untuk mengembangkan strategi pemasaran Sentra Variant Computer.
2. Sebagai sarana menjalin kerjasama antara Sentra Variant Computer dengan Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.

**d. Bagi pembaca**

1. Sebagai media informasi terkait *Digital Marketing* dan penggunaannya.
2. Sebagai referensi atau informasi untuk pembaca yang mengerjakan tugas akhir dengan pembahasan yang serupa.

**1.5 Sistematika Penulisan**

Berikut adalah sistematika penulisan yang menjadi dasar atau kerangka dalam penyusunan Tugas Akhir ini :

## BAB 1 PENDAHULUAN

Pada BAB 1 Pendahuluan berisi terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan dan sistematika penulisan. Pada pendahuluan menjelaskan alasan-alasan yang menjadi dasar penulis melakukan penelitian. Selain itu, juga menyebutkan masalah-masalah yang akan diteliti penulis serta tujuan dan manfaat dilakukannya penelitian.

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab 2 Tinjauan Pustaka dijelaskan terkait dengan teori-teori yang dijadikan dasar serta pendukung dalam suatu penelitian. Kemudian, teori-teori tersebut akan dijelaskan secara sistematis. Dimulai dari penjelasan teori yang bersifat umum sampai teori yang bersifat khusus.

## BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada Bab 3 Metode Penelitian berisi tentang desain penelitian, batasan penelitian, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data. Dan pada bab ini akan diuraikan mengenai rancangan penelitian yang penulis gunakan untuk melakukan penelitiannya.

## BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 Hasil dan Pembahasan berisi gambaran subyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan. Pada bab ini juga akan dijelaskan mengenai sejarah singkat perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, *job description*, serta profil usaha.

## BAB 5 PENUTUP

Pada Bab 5 Penutup terdapat simpulan, saran, dan implikasi penelitian. Saran untuk penelitian ini ditujukan kepada peneliti selanjutnya dengan topik dan tempat usaha yang berbeda. Implikasi penelitian yaitu dapat berupa masukan yang dapat diambil oleh manajemen untuk melakukan perubahan yang lebih baik dari sebelumnya.