

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam merencanakan usaha dalam bidang apapun yang pertama kali harus diperhatikan adalah peluang pasar. Selanjutnya kita harus mampu menganalisa keunggulan dan kelemahan usaha yang ingin dijalankan. Baja ringan merupakan salah satu bahan bangunan yang dibutuhkan di dunia konstruksi dikarenakan baja mudah didapatkan dibandingkan bahan-bahan bangunan yang lainnya. Oleh karena itu untuk kedepannya baja akan banyak digunakan, terutama baja-baja ringan yang sangat dipergunakan untuk pembuatan rumah, gedung, jembatan, dan lain sebagainya. Selain mudah didapatkan nilai jual belinya juga ekonomis dan terjangkau. Kemunculan baja ringan atau Galvalum sebagai bahan alternatif pengganti kayu yang merupakan produk olahan pabrik sehingga bisa diproduksi secara massal dengan panjang yang seragam dan ketebalan yang bervariasi. Penggunaan baja ringan untuk saat ini sudah sangat dikenal masyarakat terutama untuk struktur atap hal itu membuat banyak perusahaan yang menjual baja ringan, salah satunya adalah CV JUPAGA.

CV JUPAGA merupakan suatu usaha atau aktivitas yang beroperasi dan melakukan kegiatan menjual barang, jasa atau tempat konsumen untuk datang dan berbelanja bahan bangunan salah satunya baja ringan atau galvalum. Dalam pemasaran produk yang dijualnya CV JUPAGA melakukannya dengan cara

konvensional yaitu dengan cara menyebarkan brosur dan memasang baner didepan toko.



1.1 Gambar Brosur CV. JUPAGA

Sumber Data : Data Primer, Hasil Survey Di Toko CV Jupaga, 27 September 2022



1.2 Gambar Baner CV. JUPAGA

Sumber Data : Data Primer, Hasil Survey Di Toko CV Jupaga, 27 September 2022

Di era teknologi informasi seperti sekarang ini, pemanfaatan pemasaran secara konvensional saja dirasa kurang efektif untuk mencapai target profit penjualan produk. Selain itu pemasaran secara konvensional membutuhkan biaya yang cukup besar, misalnya untuk mencetak brosur dan biaya perjalanan untuk door to door. Untuk memenuhi semua tantangan tersebut, perusahaan membutuhkan suatu perkembangan komunikasi pemasaran, yang saat ini tidak hanya dilakukan secara konvensional saja. Pemasaran kini juga memanfaatkan media baru seperti Internet yang biasa dikenal dengan nama Digital Marketing yang berfungsi sebagai alternatif untuk melakukan pendekatan kepada calon konsumen. Digital Marketing adalah suatu kegiatan pemasaran yang menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional.

Penelitian dari Katrina Katrin dan Zon Vanel (2020) dalam Jurnal Source Ilmu Komunikasi yang berjudul “Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (Cashbac) Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen”. Dengan hasil analisis bahwa PT. Global Pay Indonesia adalah perusahaan platform layanan dan pemasaran digital. Dengan diterapkannya digital marketing di PT. Global Pay Indonesia dapat meningkatkan volume penjualan produknya setiap tahun. Berdasarkan analisis regresi berganda, efektivitas volume penjualan dipengaruhi oleh Produk yang mereka miliki bernama Cashbac. Cashbac adalah perusahaan platform layanan dan pemasaran digital, sebuah aplikasi inovatif yang memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan Cashback instan dari transaksi.

Pembahasan latar belakang diatas mengenai usaha peningkatan pemasaran produk penjualan barang dan jasa Baja Ringan yang dilakukan di CV.Jupaga, maka penulis tertarik untuk menjadi topik dalam pembuatan penelitian skripsi ini yang berjudul **“Pembuatan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Di Cv. Jupaga”, Studi Lapangan Di CV. JUPAGA.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimanakah efektifitas strategi digital marketing di CV JUPAGA untuk meningkatkan penjualan barangnya ?
2. Bagaimanakah menganalisis media sosial yang kini telah digunakan oleh CV JUPAGA didalam proses digital marketing, apakah sudah memberikan hasil yang maksimal bagi usaha tersebut ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang dipaparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian dari proposal ini yaitu :

1. Untuk mengetahui efektivitas strategi digital marketing CV JUPAGA untuk meningkatkan penjualan barangnya.
2. Untuk menganalisis media sosial yang kini telah digunakan oleh CV JUPAGA didalam proses digital marketing, apakah sudah memberikan hasil yang maksimal bagi usaha tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak-pihak,

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian skripsi ini diharapkan bermanfaat bagi CV. JUPAGA agar lebih mengetahui pengaruh dan manfaat digital marketing terhadap pemasaran produknya secara cepat dengan daya jangkauan yang luas. Dari penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi sumber informasi bagi CV JUPAGA untuk memilih media sosial untuk melakukan kegiatan komunikasi pemasaran, dengan harapan dapat memberikan pengetahuan kepada calon konsumen seperti apa produk yang akan dipilih, bagaimana cara mendapatkan, manfaat apa yang akan didapatkan, dan semua informasi terkait produk atau jasa yang ditawarkan di CV JUPAGA.

1.4.2 Manfaat Bagi Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang keuntungan menerapkan Digital Marketing dalam suatu perusahaan dengan konsumen secara lebih mudah dan lebih fleksibel.
- b. Serta bagaimana menjangkau konsumen yang lebih luas arealnya dan memperluas jaringan usaha ke luar daerah.

1.4.3 Manfaat Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis dan menambah pengalaman penelitian dilapangan tentang Digital Marketing yang sedang banyak dibahas dan tentang keputusan pembelian konsumen. Serta dapat menerapkan teori-teori yang telah didapatkan selama kuliah dalam keadaan sesungguhnya yang ada dilapangan.

1.5 Batasan Masalah

Untuk Membatasi Masalah Tugas Akhir yang di tulis, maka penulis perlu membuat batasan masalah yang perlu dibuat dalam tesis ini:

1.5.1 Menganalisis Sistem Pemasaran Secara Digital Marketing Di CV Jupaga;

1.5.2 Menerapkan Sistem Pemasaran Secara Digital Marketing Di CV Jupaga;

1.5.3 Memberikan Informasi Yang Berfokus Pada Digital Marketing Apa Saja Yang Akan Diterapkan Di CV Jupaga.