

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

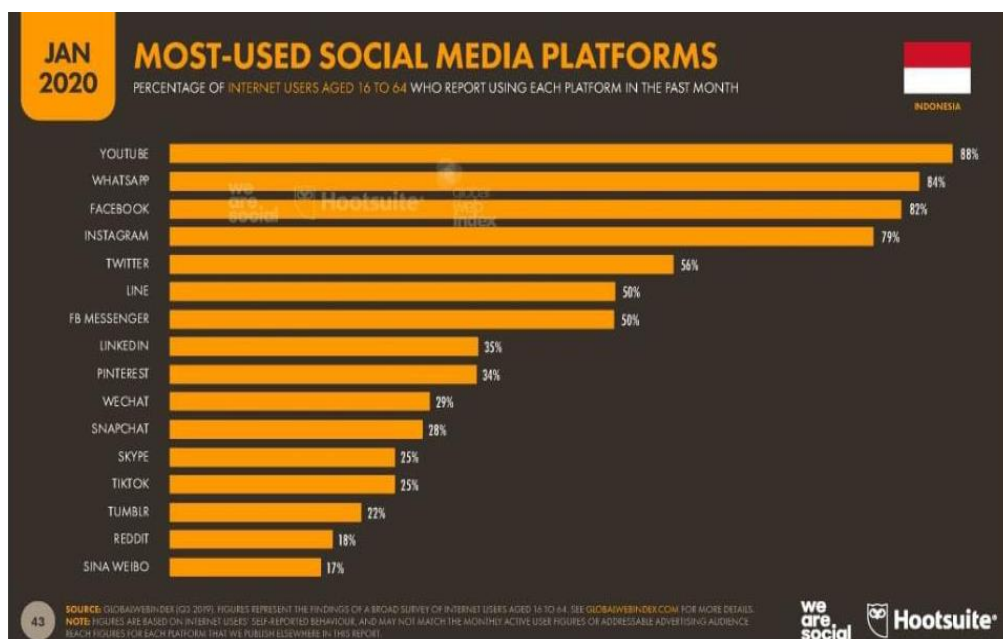
### **1.1 Latar Belakang**

Sekarang ini dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin pesat membuat persaingan bisnis semakin ketat, sehingga banyak bermunculan bisnis kecil dan bisnis menengah yang memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan dan memasarkan suatu produk yang baru agar dapat dikenal di semua kalangan masyarakat. Khususnya bagi semua orang yang melihat iklan di media sosial ataupun di internet lainnya hal ini membuktikan bahwa teknologi internet sangatlah berperan penting untuk perkembangan dan kemajuan dunia bisnis dalam persaingan bisnis yang menggunakan internet untuk mempromosikan produk. Sering disebut dengan bisnis *online* atau sering disebut juga dengan istilah *online shop*. (Putri, 2018:1)

Di era modern saat ini membuat persaingan bisnis *online* semakin tinggi antar perusahaan atau yang sejenis, maka perusahaan atau bisnis *online* lainnya di tuntut untuk mampu menyesuaikan keinginan atau kebutuhan masyarakat lain. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan menyebabkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Dimana setiap perusahaan menawarkan keunggulan-keunggulan dari produk yang dimilikinya, keadaan inilah yang membuat menjadi salah satu faktor pendorong terciptanya persaingan bagi semua kalangan yang khususnya para pelaku bisnis Busana Muslim pada Jihaan Store. Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi juga membuat keadaan pasar semakin dinamis yang mengharuskan para pelaku bisnis *online* untuk terus menerus berimprovisasi dan berinovasi dalam mempertahankan para pelanggannya.

Berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi akan memudahkan para pelaku bisnis *online* Jihaan Store dalam menjalankan bisnisnya. Salah satu teknologi informasi dan telekomunikasi yang mendukung kebutuhan tersebut adalah internet, saat ini perkembangan internet terjadi sangat cepat untuk dapat menjangkau seluruh dunia dan setiap pelaku bisnis Busana Muslim pada Jihaan Store menginginkan produknya dikenal oleh masyarakat secara luas. Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini, mengakibatkan perkembangan pengguna internet di indonesia tumbuh semakin pesat dan bertambah banyak dari sebelumnya. Penggunaan internet yang sangat maju di indonesia membuat semua hal berubah dengan sangat cepat di era digital ini.(Pratiwi, 2019:1)

### Penggunaan Media Social Pada Tahun 2020



Gambar 1.1

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesia-digital-report-2020/>

Melihat dari berbagai data perkembangan internet di indonesia dapat disimpulkan bahwa pasar *online* di indonesia mulai berkembang pesat dari tahun ke tahun. Hal ini adalah sebuah kesempatan yang sangat bagus untuk para pelaku bisnis Busana Muslim pada Jihaan Store yang ingin melakukan

penetrasi ke pasar *online*. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa marketing *online* atau pemasaran *online* profesional, yang mengajak para pelaku usaha mulai dari startup hingga pemain bisnis besar untuk mulai memasarkan jasa dan produk secara *online*. Yang menyediakan berbagai layanan profesional terbaik untuk dapat menjalankan pemasaran *online* secara luar biasa dan memberikan hasil yang maksimal.

Saat ini yang sedang trend di Indonesia bahkan dunia yaitu belanja *online* atau sering disebut juga *online shopping*. Melalui belanja *online* pelanggan dapat mencari barang yang diinginkan dengan mudah dan cepat. Belanja *online* kini menjadi pilihan sebagian besar masyarakat di Indonesia, terutama bagi mereka yang sedang sibuk dan tidak sempat pergi ke toko konvensional untuk membeli secara langsung barang yang diinginkan atau dibutuhkan. Belanja *online* dapat dilakukan dengan mudah yaitu hanya dengan mengakses situs jual beli di internet lewat smartphone, laptop atau barang elektronik lainnya yang sudah terkoneksi dengan jaringan internet.

Kemudahan pembelian jual beli *online* hanya perlu mengakses situs jual beli tersebut, konsumen bisa mengaksesnya dimanapun dan kapanpun tanpa batasan waktu dan tempat walaupun berada di kantor, di taman, di rumah, di kafe atau dimanapun selagi jaringan internet itu ada. Perkembangan internet telah secara signifikan mengubah operasi bisnis ritel di dunia dan mengubah cara pembelian pelanggan karena membeli atau berbelanja melalui internet adalah proses dimana pelanggan membeli jasa atau produk di internet secara *online* tanpa harus datang ke tempat tersebut yang sangat mudah terjangkau melalui *online*.

*Media online* menyediakan beberapa alternatif yang menarik yaitu menjelajah, memilih, memesan, dan membayar cukup dengan hanya melihat produk-produk pada layar komputer maupun Smartphone saja. Berbelanja *online* tidak hanya menawarkan kemudahan bagi penggunanya akan tetapi juga memberikan dampak yang merugikan. Dalam kasus jual beli *online* tidak sedikit pelanggan yang tertipu dalam bertransaksi, karena kurangnya interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli sehingga resiko yang

didapatkan juga akan semakin besar. Banyaknya penipuan dan tindak kriminal disertai maraknya produk pada toko *online* memunculkan persaingan antara produsen yang satu dengan yang lainnya dan memaksa mereka untuk menciptakan bentuk promosi yang mampu menarik hati para pelanggan, kegiatan promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran yang sangat dibutuhkan sebuah usaha, baik usaha kecil maupun usaha berkembang besar.

Pelayanan dalam penjualan produk secara *online* sangat diperlukan karena adanya hubungan tidak langsung antara pembeli dan penjual. Kualitas pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan produk *online* Busana Muslim pada Jihaan Store meliputi kejujuran, kecepatan menanggapi pertanyaan pelanggan, pemberian jaminan atau garansi, proses pengiriman, kerapian kemasan dan pelayanan lainnya yang mendukung dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan. Kesulitan dalam melakukan transaksi menjadi salah satu kendala pelanggan melakukan pembelian produk secara *online* dan memilih situs *online* yang benar.

Toko Jihaan Store didirikan pada tahun 2014 secara *online* toko tersebut menggunakan media sosial sejak pertama kali dibuka untuk penjualan Busana Muslim mulai dari gamis, baju koko, hijab dan lain-lain. Toko tersebut sangat bermanfaat bagi masyarakat karena mudah dijangkau dan ditemui untuk membeli produk Busana Muslim pada Jihaan Store.

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan Jihaan Store Secara Online Pada Tahun 2017-2020**

Tahun	Target	Realisasi
2017	2.000	2.382
2018	2.200	2.145
2019	2.200	2.178
2020	2.200	2.634

*Sumber: Jihaan Store Kab. Pali 2021*

Berdasarkan data Realisasi dan target penjualan Busana Muslim pada 4 tahun terakhir. Pada tahun 2018-2019 tidak mencapai target penjualan dan terjadi penurunan volume penjualan. Adapun faktor yang menyebabkan penurunan tersebut karena banyaknya persaingan yang menggunakan pemanfaatan media sosial untuk melakukan penjualan produk. Untuk meningkatkan pemasaran produk Busana Muslim pada Jihaan Store pemilik toko harus memperkenalkan kepada masyarakat luas baik dalam media *online* maupun *offline*. Akan tetapi untuk mencapai target penjualan pemilik harus mempunyai daya tarik lebih daripada penjual lainnya pada bidang yang sama. Contoh dengan mengkreaitivitaskan konten pada media sosial dengan semenarik mungkin.

Toko Jihaan Store di buka secara *offline* pada tahun 2021 yang beralamat Jalan Lintas Belimbing-Sekayu Desa Gunung Raja Kecamatan Penukal Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir. Produk yang dihasilkan oleh Jihaan Store mulai dari baju tunik, tas kondangan dan lain-lain. Pada tahun 2021 kegiatan penjualan Toko Jihaan Store melalui *offline* telah menghasilkan data penjualan sebagai berikut:

**Tabel 1.2**

**Data Penjualan Jihaan Store Tahun 2021 Secara Offline**

Bulan	Target	Realisasi
Januari	180	100
Febuari	218	200
Maret	257	300
April	190	350
Mei	185	400
Juni	270	450

*Sumber: Jihaan Store Kab. PALI 2021*

Berdasarkan data realisasi dan target penjualan Jihaan Store pada tahun 2021 yang dilakukan secara *offline* ada beberapa bulan yang tidak mencapai target penjualan seperti dibulan januari dan february, dan untuk bulan maret sampai bulan juni sudah memenuhi target penjualan yang sudah di tetapkan. Jihaan Store membuka secara *offline* karena banyaknya permintaan konsumen dan minat mereka untuk membeli produk Busana Muslim pada Jihaan Store secara *offline*.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul yaitu **“Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Jihaan Store”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam Laporan Akhir ini adalah “Apakah pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran *online* dapat meningkatkan volume penjualan pada Jihaan Store?”.

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar dalam penulisan Laporan Akhir ini lebih terarah serta tidak terjadi penyimpangan dari permasalahan yang dibahas, maka penulis membatasi permasalahan ruang lingkup pembahasan yang meliputi: Apakah pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran *online* dapat meningkatkan volume penjualan pada Jihaan Store.

## **1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran *online* untuk meningkatkan volume penjualan Busana Muslim pada Jihaan Store.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini yaitu:

1. Bagi penulis

Dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan penjualan Busana Muslim pada Jihaan Store dengan pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran *online*.

2. Bagi perusahaan

Dapat memberikan informasi sebagai acuan masyarakat dalam memahami pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran *online* Jihaan Store agar masyarakat mengerti bagaimana menjalankan bisnis dengan pemanfaatan teknologi dan menerapkan strategi pemasaran dengan baik.

3. Bagi Pembaca

Dapat dijadikan bahan referensi, literatur dan bahan acuan bagi pembaca maupun peneliti lain mengenai pemanfaatan media sosial.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Kegiatan penelitian dilakukan di Jihaan Store beralamat Jalan Lintas Belimbing-Sekayu Desa Gunung Raja Kecamatan Penukal Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir dan yang menjadi objek penelitian adalah apakah pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran *online* dapat meningkatkan volume penjualan Busana Muslim

pada Jihaan Store. Dalam melakukan penelitian pada Jihaan Store berhubungan dengan bidang ilmu pemasaran.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Berikut jenis dari sumber data yang digunakan yaitu:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari objeknya (Sugiyono, 2016:225). Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara yang dilakukan penulis kepada pemilik toko Jihaan Store untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam laporan akhir ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Sugiyono, 2016:225). Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk memproses lebih lanjut, misalnya sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan dan data-data pendukung lainnya yang sesuai dengan masalah yang diangkat dalam laporan ini.

### **1.5.3 Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam Laporan Akhir ini yaitu dengan cara:

a. Riset Lapangan

Adapun dalam teknik pengumpulan data yang digunakan dalam riset lapangan menggunakan metode wawancara. Wawancara yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan cara tanya jawab



langsung kepada pemilik toko Jihaan Store. Dari wawancara tersebut dapat mengetahui mengenai apakah pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran *online* dapat meningkatkan volume penjualan Busana Muslim pada Jihaan Store.

b. Riset Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dan informasi yang ada kaitannya dengan masalah-masalah yang sedang dibahas melalui buku-buku, catatan-catatan dan referensi-referensi lainnya yang ada hubungan dengan masalah yang dipecahkan. Sehingga penelitian ini dapat dimanfaatkan semua informasi dan pemikiran-pemikiran yang relevan dengan penelitian ini.

#### **1.5.4 Analisa Data**

Dalam menyusun Laporan Akhir ini akan menggunakan metode analisis data secara deskriptif kualitatif yaitu peneliti akan mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, factual dan akurat mengenai faktor-faktor yang tampak atau sebagaimana adanya. Sesuai dengan tujuannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran *online* dapat meningkatkan volume penjualan pada Jihaan Store. Penulis menggunakan daftar pertanyaan berupa wawancara pada pihak toko, pegawai dan konsumen yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis bahas dalam laporan ini.