

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Pada era globalisasi ini perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan serta perkembangan daya saing industri mengalami perubahan yang sangat pesat dari zaman ke zaman. Berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi akan memudahkan para pelaku bisnis *online* dalam menjalankan bisnisnya salah satu teknologi informasi yang mendukung kebutuhan tersebut adalah internet, saat ini Perkembangan internet terjadi sangat cepat untuk dapat menjangkau seluruh dunia dan setiap pelaku bisnis percetakan menginginkan produknya dikenal oleh masyarakat secara luas.

Dengan melaksanakan penerapan strategi pemasaran yang akurat dalam peningkatan penjualan, sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran mempunyai peranan penting sebagai penunjang terhadap peningkatan laba perusahaan. Strategi pemasaran adalah ilmu dan seni memilih pasar sasaran, meraih, dan mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, mengantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang tunggal (kotler dan keller, 2012). Pemasaran di suatu percetakan, selain bertindak dinamis juga selalu harus selalu menerapkan prinsip-prinsip yang unggul dan percetakan harus bisa meninggalkan kebiasaan-kebiasaan lama dan harus melakukan *update* serta melakukan inovasi.

Kegiatan promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran yang sangat dibutuhkan sebuah usaha titik pelayanan dalam penjualan produk secara online sangat diperlukan karena adanya hubungan tidak langsung antara pembeli dan penjual kualitas pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan pada produk, meliputi kejujuran, kecepatan menanggapi pertanyaan pelanggan, memberikan penjaminan atau garansi proses pengiriman dan kemasan. Pesatnya perkembangan bisnis mengharuskan setiap produsen maupun seorang wirausaha lebih teliti dalam bersaing untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan.

Untuk bersaing tersebut produsen memerlukan suatu strategi pemasaran yang tepat seperti promosi. Menurut Hendro (2011:393), Promosi adalah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan, mengenalkan dan mempopulerkan produk dan bisnisnya kepada pasar sasaran. Tidak dapat dipungkiri dalam hal memasarkan sebuah produk dan jasa membutuhkan media komunikasi dalam proses mempromosikan barang dan jasa yang ditawarkan. Media komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Terutama para pelaku usaha membutuhkan teknologi untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi ataupun berita. Sebaiknya para pelaku usaha harus mengikuti perkembangan zaman misalnya dengan melakukan promosi penjualan melalui media sosial, melakukan inovasi produk dan membuat hal yang menarik yang bisa menjadi keistimewaan usaha.

Salah satu usaha yang harus melakukan perkembangan adalah usaha percetakan, namun Saat ini perkembangan bisnis online semakin tinggi antar perusahaan atau yang sejenis, maka perusahaan atau bisnis *online* biasanya dituntut 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 percetakan perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi membuat pangsa pasar semakin dinamis yang mengharuskan para pelaku bisnis online untuk terus-menerus berinovasi dalam mempertahankan bisnisnya.

Usaha percetakan di Indonesia tergolong salah satu jenis usaha yang cukup maju perkembangannya yang bisa dikatakan salah satu jenis usaha yang banyak diminati masyarakat dikarenakan dari modal yang kecil, hanya mungkin sesekali mengalami kerugian. Selagi sumber daya manusia dan daya konsumsinya masih ada, maka disitulah peluang usaha percetakan akan maju pesat. Agar percetakan dapat bersaing dengan pesaing yang menghasilkan produk serupa, maka manajemen percetakan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik,

tentunya dalam segala aspek khususnya promosi, selain itu agar konsumen tidak beralih ke produk lain dan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan. Perkembangan usaha percetakan sangat pesat dikarenakan lokasi yang strategis dan para pesaingnya sedikit dikarenakan usaha percetakan masih banyak berkembang.

Promosi penjualan dilakukan dengan cara menyebarkan pamflet dan dari mulut ke mulut pembeli. Penjualan produk yang baik dapat meningkatkan pendapatan dan merebut pangsa pasar, maka perusahaan tentunya akan mendapatkan hasil penjualan yang maksimal. Namun, apabila perusahaan menerapkan promosi yang kurang tepat, maka akan mengakibatkan penurunan penjualan sehingga sangat berpengaruh pada skala pendapatan yang dihasilkan oleh percetakan tersebut.

Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini, mengakibatkan perkembangan penggunaan 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. Dari situs-situs media sosial memungkinkan pengguna berbagi ide aktivitas, acara dan ketertarikan di dalam jaringan individunya masing-masing. Tidak hanya bertukar informasi saja, namun juga foto, ataupun video. Dalam dunia bisnis, media sosial digunakan sebagai alat penghubung yang praktis sebagai alat komunikasi antara pelaku bisnis dengan pelanggan, tanpa harus memikirkan waktu dan lokasi. Salah satunya adalah media sosial *WhatsApp* dan *Instagram* yang saat ini banyak digunakan dalam kegiatan bisnis.

Percetakan Design of Cytra adalah usaha dibidang pelayanan jasa cetak digital. Hal ini merupakan sebuah kesempatan yang sangat bagus untuk perkembangan bisnis usaha percetakan Design of Cytra yang ingin melakukan pemasaran melalui pasar *online*. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa marketing *online* atau sering disebut juga *online shopping*, yang menyediakan berbagai layanan profesional terbaik untuk menjalankan pemasaran *online* secara luar biasa dan memberikan hasil yang maksimal.

Melalui belanja online pelanggan dapat mencari barang yang diinginkan dengan mudah dan cepat, belanja online kini menjadi pilihan sebagian besar masyarakat Indonesia. Belanja online dapat dilakukan dengan mudah yaitu dengan hanya mengakses situs jual beli di internet lewat smartphone laptop atau barang-barang elektronik lainnya yang sudah terkoneksi dengan jaringan internet jual beli online hanya perlu mengakses situs jual beli tersebut tanpa batasan waktu dan tempat walaupun berada di kantor, di taman, di rumah ,di kafe, atau di manapun selagi jaringan internet itu ada.

Titik perkembangan internet secara signifikan telah mengubah operasi bisnis ritel di dunia dan mengubah cara pembelian pelanggan karena membeli berbelanja melalui internet adalah proses dimana pelanggan membeli jasa atau produk internet secara online dan parasut tersebut media online menyediakan beberapa alternatif yaitu menjelajah memilih memesan dan membayar cukup dengan hanya melihat produk pada komputer atau smartphone saja dalam kasus jual beli online tidak sedikit pelanggan yang tertipu dalam bertransaksi karena kurangnya interaksi secara langsung antara penjual pembeli sehingga resiko yang didapatkan juga akan semakin besar titik banyaknya penipuan dan tindak kriminal.

Percetakan Design of Cytra dalam melakukan promosi selama ini menggunakan periklanan media cetak. Periklanan media cetak mencakup koran, majalah, brosur dan media cetak lainnya, seperti poster dan reklame luar ruangan (Moriarty 2017:72). Media promosi yang digunakan Percetakan Design of Cytra adalah media promosi dari mulut ke mulut dan membagikan brosur dan kartu nama dalam kegiatan pameran atau bertemu dengan konsumen lainnya.

Pada tabel dibawah, data omzet Percetakan Design of Cytra Mengalami omset pendapatan yang menurun. Hal ini disebabkan karena pandemi covid19 yang membuat konsumen tidak mencetak undangan dan cetakan digital lainnya. Yang dirasakan pemilik percetakan pada saat penurunan omzet dikarenakan adanya pengurangan karyawan dan kinerja karyawan yang kurang sehingga mengakibatkan penjualan menurun.

Adapun biaya operasional, pendapatan, dan keuntungan Percetakan Design of Cytra pada tahun 2019-2021 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data biaya operasional, pendapatan, dan keuntungan
Percetakan Design Of Cytra tahun 2018-2021

Tahun	Biaya Promosi	Omzet
2018	Rp.140.000.000	Rp.280.000.000
2019	Rp.134.800.000	Rp.245.600.000
2020	Rp.132.700.000	Rp.246.480.000
2021	Rp.130.800.000	Rp.242.450.000

Sumber: Disalin dari dokumen pada bagian keuangan (2021)

Berdasarkan uraian diatas maka penulis berkeinginan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dalam meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERCETAKAN DESIGN OF CYTRA PALEMBANG"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi permasalahan yang akan dibahas adalah "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Percetakan Design of Cytra Palembang".

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mempermudah penulisan agar tidak menyimpang dari pembahasan yang ada, maka pembahasan dibatasi pada mata kuliah pemasaran khususnya promosi yaitu media promosi dalam pemanfaatan media sosial sebagai meningkatkan volume penjualan.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dapat meningkatkan volume penjualan pada percetakan Design of Cytra.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penulisan laporan ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

1. Menambah pengetahuan serta wawasan penulis maupun pembaca khususnya pada mata kuliah manajemen pemasaran
2. Melatih berfikir kritis dalam menghadapi suatu permasalahan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dapat meningkatkan volume penjualan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran atas masukan untuk usaha percetakan design of cytra dalam mengetahui seberapa besar hubungan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dapat meningkatkan volume penjualan.

c. Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi dan diharapkan menambah wawasan bagi mahasiswa atau pihak lainnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

1.5 Metodologi Penelitian

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian maka metode penelitian ini bersifat deskriptif yang berusaha menggambarkan bagaimana Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dalam meningkatkan volume Penjualan, maka jenis penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah jenis penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Sehingga peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, diteliti

menjadi lebih jelas dan bermakna. Data atau informasi yang berupa teks hasil wawancara, catatan lapangan, dokumen, bahan-bahan yang bersifat visual seperti foto-foto, video, data dari internet, dokumen pengalaman hidup manusia dianalisis secara kualitatif (Non kuantitatif).

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Kegiatan penelitian dilakukan di Percetakan Design Of Cytra, yang beralamat di Jl. Kapten Cek Syeh No. 305 , 18 Ilir, Timur 1 kota Palembang. yang menjadi objek penelitian adalah Manajemen pemasaran khususnya promosi dan media promosi.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Data

Data Kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Namun karena dalam statistik semua data harus dalam berbentuk angka. (Yusi dan Idris 2016:108)

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri suatu organisasi atau perorangan dengan langsung dari pengamatan objeknya. yang sumbernya dari wawancara dengan pihak yang bersangkutan sehingga diperoleh hasil/gambaran mengenai penelitian yang akan diteliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber literatur yang sudah ada, seperti buku, jurnal atau skripsi.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis untuk memperoleh data atau informasi dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Riset Lapangan

Dalam hal ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik percetakan design of cytra. Wawancara yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan cara tanya jawab secara langsung. Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa mengenai Apakah Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Dapat Meningkatkan Volume Penjualan Pada Percetakan Design Of Cytra.

2. Riset Kepustakaan

Dalam hal ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara riset kepustakaan dengan menggali dan mencari informasi atau data-data dari berbagai sumber yang dapat dijadikan landasan teori untuk pembahasan selanjutnya. 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 kaitannya dengan masalah yang dipecahkan. Sehingga penelitian ini dapat dimanfaatkan seua informasi dan pemikiran-pemikiran yang relevan dengan penelitan ini.

1.5.4 Analisa Data

Dalam penyusunan Laporan Akhir ini akan menggunakan metode analisis data secara deskriptif kualitatif yaitu peneliti akan

1. Mendeksripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai faktor-faktor yang tampak atau sebagaimana adanya.
2. Menggunakan uraian-uraian dengan referensi baik berupa literatur-literatur, buku, dan teori yang berhubungan dengan masalah-masalah yang

dihadapi percetakan, sehingga dapat diambil suatu kesimpulan yang dapat dijadikan bahan untuk menjawab permasalahan yang ada.

3. Menganalisa data-data yang diperoleh, dianalisa dengan mengacu pada teori-teori manajemen pemasaran yang berhubungan dengan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dalam meningkatkan volume penjualan.