

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Pemasaran

Perusahaan atau bisnis membutuhkan sebuah pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk maupun jasa yang dihasilkan dari sebuah perusahaan atau bisnis. Menurut Rangkuti dalam Irdha dan Desi (2022), “pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas”, sehingga pemasaran ini merupakan suatu kegiatan mempromosikan produk atau jasa kepada calon konsumen agar terjadinya transaksi atau penjualan dengan tujuan mendapatkan keuntungan dari kegiatan tersebut.

2.2 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. elemen bauran pemasaran yaitu 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*), sehingga dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan serangkaian dan seperangkat pemasaran yang memiliki hubungan antar indikator yang meliputi produk, harga, tempat, orang, proses, konsumen, dan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan.

2.3 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran ini memfokuskan pada pembuatan dan pendistribusian konten yang bernilai, relevan, dan konsisten agar dapat menarik dan mempertahankan audiens yang sudah ditetapkan dengan jelas dan secara keseluruhan untuk mendorong tindakan konsumen yang dapat menghasilkan keuntungan. Dengan demikian fungsi dan tujuan pemasaran konten adalah untuk

mengedukasi konsumen dan menjadi jembatan yang menghubungkan antara produsen dan konsumen untuk membentuk sebuah proses komunikasi yang menyenangkan melalui informasi konten yang dimiliki (Philip Kotler dalam Ira D, Umaimah W (2020).

Menurut Assauri dalam Dhea, Lily, Yuli, Zainarti (2022), “strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah.”

2.4 Strategi Promosi

Promosi merupakan salah upaya dalam memperkenalkan suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan atau bisnis, melalui promosi ini juga sebuah bisnis dapat meningkatkan laba penjualan yang lebih besar. Menurut Philip Kotler dalam Tasrudin (2015), “strategi promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi”. Promosi pada era sekarang telah mengalami perkembangan yaitu dengan melakukan promosi melalui sosial media atau secara digital, hanya dengan menyiapkan fasilitas seperti *Smartphone* dan jaringan internet, promosi secara digital telah bisa dilakukan oleh sebuah bisnis maupun perusahaan.”

2.5 Penjualan

Bidang penjualan merupakan peranan yang sangat penting dalam kemajuan suatu perusahaan, karena penjualan itu sendiri merupakan inti dari sebuah bisnis. Penjualan adalah suatu penyerahan barang atau jasa dengan memperoleh balasan sejumlah uang yang sesuai dengan harga yang ditetapkan atau lebih disepakati untuk barang dan jasa yang telah diserahkan. Tujuan dari penjualan ini yaitu mendistribusikan hasil produksi suatu bisnis atau perusahaan dengan pasar sehingga menimbulkan pertukaran yang sifatnya saling

menguntungkan, penjualan juga dapat dilakukan secara konvensional dan secara *online*.

Bisnis *online* terdiri dari dua kata yakni bisnis dan *online*, menurut Mariya U, Awin M, Diana J (2014) bahwa, “bisnis adalah suatu aktifitas yang dilakukan kelompok atau individu untuk mendapat laba atau keuntungan dengan cara memproduksi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen., sedangkan kata *online* adalah suatu kegiatan yang terhubung melalui jaringan komputer yang dapat diakses melalui jaringan komputer lainnya”. *Online* tersebut juga dapat dikatakan seperti menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan upaya penjualan.

2.6 Strategi Digital Marketing

Digital Marketing dikenal pertama kali pada awal tahun 1990-an dan mulai menjadi strategi utama yang banyak diterapkan dalam dunia bisnis pada tahun 2014. Menurut Ryan dalam Diana R (2016), digital marketing merupakan perwujudan dari penerapan, penggunaan atau pemanfaatan dari teknologi dalam proses pemasaran, yang terjadi dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

- a. Teknologi baru muncul dan mulai digunakan
- b. Teknologi mulai dikenal dan diprioritaskan dalam dunia pemasaran
- c. Para pemasar yang inovatif melakukan eskplorasi dan terobosan untuk dapat meningkatkan fungsi atau daya guna dari teknologi dalam mencapai target jangkauan pemasaran
- d. Teknologi menjadi strategi utama dan diadopsi sebagai standar praktik pemasaran

Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk membantu berbagai kegiatan yang dilakukan, sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional atau tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu digital marketing, dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bisa mengglobal atau mendunia (Pradiani, 2018). Digital marketing saat ini banyak membantu untuk meningkatkan penjualan bisnis

secara online, dengan penggunaan digital marketing kini bisnis semakin mudah untuk dipromosikan secara luas hanya dengan memanfaatkan sosial media salah satunya yaitu Instagram.

2.7 Media Instagram

Media Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran langsung. Instagram menjadi sebuah perantara produk barang atau jasa yang ditawarkan dengan cara mengupload foto atau video singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis-jenis barang atau jasa yang ditawarkan dengan baik dan jelas. Foto dan video yang ada pada Instagram juga dapat dicantumkan keterangan lengkap mengenai barang atau jasa yang sedang ditawarkan., untuk menawarkan barang atau jasa tentu menggunakan akun Instagram bisnis sebagai medianya. Akun Instagram biasa digunakan hanya untuk akun sosial media pribadi yaitu mengupload kepentingan pribadi.

Instagram merupakan salah satu aplikasi yang digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat terutama remaja. Menurut Anugerah ayu (2019) mengatakan bahwa “Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan aktivitas berjejaring lainnya. Nama Instagram berasal dari kata instan dan telegram. Kata instan yang mendasari penamaan insta dimaksudkan seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Makna Instagram juga menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya, sedangkan kata telegram merujuk pada sebuah alat yang bekerja mengirimkan informasi kepada orang lain dnegan cepat.”

Akun Instagram pribadi digunakan untuk mengupload atau membagikan kepentingan dan aktivitas pribadi seseorang, Instagram pribadi hanya sebagai akun sosial media pribadi tidak untuk terlalu di publikasi. Berikut fitur yang telah disediakan aplikasi Instagram pribadi yaitu:

1. Berbagi foto dan video
2. Komentar dan *like*

3. *Eksplore* atau fitur pencarian
4. Instagram *story*
5. *Live* Instagram
6. *Highlight* atau sorotan

2.8 Instagram Bisnis

Instagram bisnis adalah akun Instagram yang diperuntukan khusus pembisnis atau orang yang ingin memulai bisnis secara online di Instagram. Instagram ini sedikit berbeda dengan akun Instagram biasa, perbedaannya hanya pada beberapa fitur yang telah tersedia di akun Instagram bisnis ini. Berikut fitur yang ada pada akun Instagram Bisnis:

1. Berbagi foto dan video
2. Inspirasi konten
3. Mengirimkan pesan (*Direct Message*)
4. Komentar dan *like*
5. *Eksplore* atau fitur pencarian
6. Instagram *story*
7. *Highlight* atau sorotan
8. *Live* Instagram
9. Pencantuman alamat pada bio Instagram secara otomatis terkait dengan *Google Maps*
10. Fitur promosikan postingan dan iklan
11. *Insight* akun atau fitur melihat peningkatan orang yang telah mengikuti dan melihat akun bisnis tersebut.
12. Menambahkan kontak secara otomatis yang dapat langsung terkait dengan kontak pemilik akun bisnis