

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan teknologi kini semakin pesat seiring dengan perkembangan zaman. Banyaknya inovasi-inovasi teknologi terbaru yang bermunculan salah satunya yaitu sosial media. Dengan begitu banyaknya sosial media yang bermunculan dengan versi-versi terbaru dan juga dengan fungsi yang berbeda-beda sehingga membuat masyarakat sekarang penasaran untuk mencoba menggunakan berbagai macam media sosial tersebut. Media sosial merupakan bagian dari media digital. Media sosial adalah sarana untuk berinteraksi, berkomunikasi dan saling berbagi menggunakan bantuan internet. Bentuknya dapat berupa jejaring sosial seperti Instagram, WhatsApp, Youtube, Twitter, Tiktok. Seiring dengan kemajuan teknologi tersebut, banyaknya media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, seperti halnya Tiktok yang menjadi salah satu media sosial yang digemari oleh berbagai macam kalangan.

Tiktok menjadi salah satu media yang banyak digunakan dalam kegiatan pemasaran produk dimana fitur-fiturnya menyediakan para penggunanya untuk dapat membuat dan memposting foto atau video yang dibuat dengan jangkauan yang luas, sehingga akan banyak dilihat oleh banyak pengguna lainnya. Kegiatan pemasaran menggunakan sosial media cenderung meningkat dan menjadi tren dalam kehidupan berbisnis dan menjadi peluang bagi pelaku usaha (Shafa dan Hidayat, 2022). Saat ini, pemasaran digital memiliki banyak peluang untuk mengembangkan bisnis di masa depan karena pelanggan jauh lebih tertarik dengan produk yang dipasarkan secara online karena terlihat lebih menarik dengan foto dan video produk.

Media sosial adalah sarana untuk memilih dan mencari informasi, yang dapat berupa produk atau layanan yang dibutuhkan. Ini dapat digunakan oleh pemasar sebagai peluang untuk membaca perilaku konsumen saat mencari,

memilih dan mempertimbangkan suatu produk secara online (Chasanah dan Saino, 2022).

Strategi Digital Marketing dapat dilakukan dengan sosial media seperti Tiktok. Dengan Aplikasi tersebut suatu usaha dapat memasarkan produk yang mereka jual tidak hanya secara offline tetapi dapat dipasarkan secara online atau sering disebut digital marketing. Dengan begitu maka produk yang dijual tersebut dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan dikenal oleh banyak orang. Penjualan yang meningkat juga dipengaruhi dengan pemasaran produk yang dilakukan oleh seorang pengusaha, dengan foto dan konten-konten yang estetik dapat menarik para konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Oleh karena itu perlunya penerapan pemasaran produk yang tepat untuk meningkatkan penjualan suatu produk.

Salah satu toko yang belum menerapkan digital marketing adalah Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang. Toko tersebut menjual berbagai macam furniture yang terbuat dari aluminium dan ACP seperti Kitchen Set, Kamar Set, dan lemari pakaian. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis bahwa pemasaran produk hanya dilakukan secara offline yaitu dengan penyebaran brosur dan dari mulut ke mulut para konsumen yang pernah membeli produk tersebut.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Toko Metha Berkembang**  
**Aluminium ACP Palembang periode 2024**

| No | Tahun | Total Omzet (Rp) |
|----|-------|------------------|
| 1  | 2021  | 389.000.000      |
| 2  | 2022  | 387.000.000      |
| 3  | 2023  | 417.000.000      |

Sumber: Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang, 2024

Berdasarkan wawancara yang dilakukan bersama pemilik toko Deni Chandra mengatakan bahwa total penjualan dalam setiap bulannya tidak menentu suatu saat akan mengalami kenaikan atau penurunan. Hal tersebut terjadi dikarenakan belum banyak orang mengetahui tokonya tersebut, hanya

orang-orang sekitar toko dan sanak keluarganya. Hal ini membuktikan bahwa pemasaran produk yang dilakukan oleh pemilik toko tersebut masih belum tepat. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi pemilik Toko tersebut yaitu dengan melakukan digital marketing dengan aplikasi tiktok. Pemasaran yang dilakukan secara online tersebut dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan tentunya produk tersebut akan dikenal oleh banyak orang di berbagai daerah dengan begitu penjualan produk akan mengalami peningkatan dari sebelumnya.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis bermaksud untuk membuat pemasaran produk pada Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang dengan Aplikasi Tiktok. Adapun judul dalam penulisan laporan akhir ini adalah “Merancang Digital Marketing Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan yang terdapat pada latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini yaitu Bagaimana Perancangan *Digital Marketing* Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang.

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Pada kesempatan ini, penulis membatasi lingkup pembahasan agar laporan ini tidak menyimpang dari permasalahan yang telah dikonsepsi, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan atau penelitian hanya pada Merancang *Digital Marketing* Dengan Aplikasi Tiktok pada Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan**

Adapun tujuan atas dasar permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini yaitu

Menambah pengetahuan penulis mengenai perancangan Strategi *Digital Marketing* Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang.

#### **1.4.2 Manfaat**

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

a. Bagi Penulis

Bertambah pengetahuan yang berkaitan dengan bidang yang dipilih yaitu merancang *digital marketing*.

b. Bagi Perusahaan

Laporan ini dapat menyajikan informasi berguna dan memberikan masukan untuk merancang *digital marketing* pada aplikasi Tiktok. Strategi ini diharapkan akan menjadi salah satu strategi promosi yang inovatif bagi Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang.

### **1.5 Metodologi Penelitian**

Penulisan laporan akhir ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2016:28), “data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto”. Data kualitatif yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini berupa wawancara, serta riset kepustakaan.

#### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang di Jalan Letnan Murod No. 2042 Talang Ratu KM 5, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Adapun ruang lingkup pembahasan Laporan Akhir ini yaitu: Merancang *Digital Marketing* Dengan Aplikasi Tiktok Pada Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang.

### 1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian laporan akhir ini yaitu data primer dan sekunder, berikut penjelasan terkait data tersebut berdasarkan cara memperolehnya, yaitu:

#### a. Data Primer

Data primer (*primary data*) yaitu data yang mengacu pada informasi yang diperoleh langsung dari tangan pertama oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi menurut Uma dan Roger (2017:130).

Data primer dalam penelitian ini yaitu melalui hasil wawancara secara langsung bersama pemilik Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang.

#### b. Data Sekunder

Menurut Yusi dan Idris (2016:109), Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu berbagai macam referensi seperti data penjualan dari perusahaan, buku dan jurnal-jurnal.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dalam penulisan laporan ini untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam mengumpulkandata dan informasi untuk penulisan laporan ini yaitu:

#### 1.5.4 Riset Lapangan (*Field Research*)

Riset Lapangan yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh secara langsung dengan datang secara langsung ke tempat yang menjadi objek pembahasan untuk memperoleh data-data yang penulis butuhkan. Menurut Sugiyono (2018:14), Penelitian lapangan adalah penelitian di mana data diperoleh dari lapangan secara langsung dari sumbernya, sehingga sumber data dalam penelitian lapangan adalah sumber primer.

Riset yang penulis lakukan ialah dengan melakukan penelitian langsung dan pendekatan pada objek yang akan diteliti dan penulis menggunakan metode yaitu:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2018:220), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis wawancara yang terstruktur. Hal ini dikarenakan pokok-pokok pertanyaan sudah dibuat kerangka dan garis besarnya, sehingga pertanyaan lebih terstruktur dan terarah. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung ataupun melalui via *WhatsApp* (WA) kepada Pemilik Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi Kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, dan laporan yang ada baik dalam bentuk cetak maupun elektronik.

Menurut Sugiyono (2018:15), penelitian kepustakaan adalah penelitian di mana data tidak diperoleh dari lapangan tetapi dari perpustakaan atau tempat lain yang menyimpan referensi, dokumen- dokumen yang berisi data yang telah teruji validitasnya. Data hasil penelitian kepustakaan disebut data sekunder karena data tidak diperoleh secara langsung dari sumbernya.

Pada metode ini penulis melakukan pengumpulan data dengan cara mencari dan membaca buku-buku, jurnal-jurnal atau penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian sebagai referensi dan pedoman penulisan laporan ini.

### 1.5.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif, dimana menurut Sugiyono (2016:347), metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme/enterpretif*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penulisan laporan akhir ini menggunakan Teknik analisis data kualitatif, sehingga laporan ini tidak berbentuk angka-angka namun dalam bentuk kalimat atau kata-kata. Data yang digunakan juga berkaitan dengan referensi lainnya yaitu seperti jurnal, buku serta internet dan sumber lainnya agar data dari sumber-sumber tersebut dapat dijadikan sebagai bahan penjas pada laporan akhir. Metode ini digunakan penulis dalam melakukan pembahasan terhadap perancangan *digital marketing* dengan aplikasi tiktok untuk menarik minat konsumen pada Toko Metha Berkembang Aluminium ACP Palembang.