

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digitalisasi, teknologi berperan dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan bisnis. Pada tahun 2022, terdapat 64 juta unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Berdasarkan data tersebut, hanya 19 juta unit usaha atau 29% yang telah menjalankan bisnis secara digital, sedangkan sisanya masih menjalankan bisnis secara konvensional. Menyikapi fenomena ini, Fajar Dwi Pratama mengemukakan bahwa adaptasi terhadap teknologi merupakan kunci bagi bisnis konvensional untuk tetap relevan di persaingan pasar yang ketat. Penggunaan inovasi digital ini dalam suatu bisnis dapat meningkatkan efisiensi pada proses jual beli dan membantu bisnis tersebut meningkatkan penjualan (Dwi Pratama, 2022).

Perkembangan teknologi yang berkembang dengan pesat dapat mendukung aktivitas bisnis dengan baik, salah satu media teknologinya adalah *Digital Marketing* atau Pemasaran Digital. Penggunaan Pemasaran Digital pada suatu bisnis konvensional yang awalnya hanya menjual secara tatap muka, dapat meningkatkan penjualan dengan pesat karena semakin banyak ruangan pesanan yang diterima oleh bisnis. Penggunaan Pemasaran Digital dapat dipandang sebagai media yang efektif untuk mempromosikan suatu bisnis dan dapat meningkatkan

tingkat penjualan (Ratna Gumilang, 2019). Survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan 34,6% UMKM mampu mengatasi krisis bisnis dengan beralih ke Pemasaran Digital. Hal ini menunjukkan potensi besar Pemasaran Digital dalam meningkatkan kinerja bisnis UMKM (Pusparisa, 2020).

Toko Nusantara Plastik adalah salah satu toko konvensional yang belum menggunakan Pemasaran Digital dalam kegiatan bisnisnya. Penelitian ini akan meneliti Toko Nusantara Plastik dalam pengimplementasian Pemasaran Digital dalam bentuk **SEO (*Search Engine Optimization*)** atau optimisasi mesin telusur pada halaman *web* toko dan ***Social Media Marketing*** atau media sosial. Penelitian ini menggunakan Pemasaran Digital dalam hal SEO dan *Social Media Marketing* pada platform Instagram karena teknik pemasaran digital paling populer saat ini adalah kedua teknik tersebut, yang dapat digunakan tanpa membayar (Darwin, 2022). Kemudian, untuk memilih kedua strategi SEO dan media sosial secara organik dibandingkan dengan SEM yang membayar dalam pemasaran digital Toko Nusantara Plastik adalah dikarenakan Toko Nusantara Plastik belum ingin mengeluarkan dana untuk pemasaran. Jadi jika ditinjau dari sudut biaya biaya, SEO dan media sosial adalah pilihan yang cocok dikarekan tidak akan mengeluarkan biaya (Sharma et al., 2019). Kedua metode ini juga dapat menjanjikan hasil yang berkelanjutan bagi Toko Nusantara Plastik (Berman & Katona, 2013).

Kedua media tersebut dapat memperkenalkan Toko Nusantara Plastik ke dunia digital dan secara tidak langsung diharapkan meningkatkan penjualan dari bisnis melalui kesadaran pelanggan pada wadah digital. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektifitas pemasaran digital dengan menggunakan SEO dan media sosial dalam meningkatkan penjualan pada bisnis konvensional pada Toko Nusantara Plastik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian, permasalahan yang akan diselesaikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana penerapan Pemasaran Digital menggunakan SEO dan media sosial terhadap penjualan di Toko Nusantara Plastik?
- 2) Faktor-faktor apa saja yang menjadi hambatan dan peluang penerapan Pemasaran Digital menggunakan SEO dan media sosial di Toko Nusantara Plastik?
- 3) Bagaimana rekomendasi strategi Pemasaran Digital menggunakan SEO dan media sosial untuk Toko Nusantara Plastik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan diselesaikan, maka tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah menganalisis potensi peningkatan jumlah konsumen dan penjualan Toko Nusantara plastik

melalui penerapan Pemasaran Digital menggunakan SEO dan media sosial.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan difokuskan pada penelitian ini untuk mencapai tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini akan difokuskan pada implementasi teknik pemasaran digital SEO dan media sosial pada Toko Nusantara Plastik.
- 2) Penelitian ini hanya menggunakan teknik SEO dan Media Sosial tidak berbayar.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian tugas akhir ini yakni hasil implementasi pemasaran digital pada Toko Nusantara Plastik akan memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan penjualan Toko Nusantara Plastik melalui penerapan Pemasaran Digital dengan SEO (*Search Engine Optimization*) dan media sosial.
- 2) Mengetahui strategi pemasaran digital yang tepat untuk Toko Nusantara Plastik melalui penerapan SEO dan media sosial.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan digunakan pada penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1) BAB I (PENDAHULUAN)

Bab ini memuat latar belakang dari masalah yang diangkat pada topik penelitian, rumusan masalah, tujuan, batasan masalah, manfaat, metodologi, dan sistematika penulisan penelitian.

2) BAB II (LANDASAN TEORI)

Bab ini memuat kerangka teori untuk mendukung analisis dan pembahasan pada penelitian tugas akhir ini.

3) BAB III (METODOLOGI)

Bab ini memuat keseluruhan proses kerangka pikir, metode analisis dan pengumpulan data yang dilakukan penulis.

4) BAB IV (HASIL DAN PEMBAHASAN)

Bab ini memuat hasil dari implementasi kegiatan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

5) BAB V (KESIMPULAN DAN SARAN)

Bab ini memuat penjelasan kesimpulan umum dari hasil penelitian tugas akhir yang diuraikan dengan jelas dan singkat.

6) DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat bahan referensi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian tugas akhir ini.

7) LAMPIRAN

Bagian ini menampilkan surat keterangan penelitian, hasil studi, dan gambaran penelitian.