

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Setiap manusia memiliki kebutuhan yang berbeda – beda dan pembisnis atau perusahaan itu melihat kebutuhan dari masyarakat, sehingga perusahaan ingin memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara membuat produk atau memberikan jasa yang dibutuhkan. Akan tetapi produk dan jasa ini tidak akan bisa digunakan oleh masyarakat kalau belum dipublikasikan, oleh karena itu diadakan pemasaran. Pemasaran itu perlu ada agar semua masyarakat mengetahui tentang produk dan jasa agar masyarakat bisa mengkonsumsi produk atau jasa yang mereka butuhkan. Konsep pemasaran adalah kegiatan pemasar untuk menjalankan bisnis (profit atau nonprofit) guna memenuhi kebutuhan pasar dengan barang atau pun jasa, menetapkan harga, mendistribusikan, serta mempromosikannya melalui proses pertukaran agar memuaskan konsumen dan mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran mempunyai tujuan agar perusahaan atau pembisnis mempunyai keuntungan dan masyarakat mendapatkan apa yang mereka butuhkan selain itu juga dengan pemasaran dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan, selain itu juga dapat memuaskan masyarakat yang mengkonsumsi produk dan jasa tersebut.

Setiap perusahaan yang memproduksi produk dan berbisnis di bidang jasa biasanya melakukan promosi atau pemasaran untuk mempublikasikan produk dan jasa

ke masyarakat agar masyarakat bisa mengenal dan mengkonsumsi produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Salah satu cara yang digunakan perusahaan produk dan jasa dalam bidang pemasaran untuk tujuan meningkatkan hasil produk dan jasa yaitu melalui kegiatan promosi atau pemasaran. Tidak dapat dipungkiri bahwa promosi atau pemasaran adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan dan strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan terutama pada saat ini ketika era informasi berkembang pesat, maka promosi merupakan salah satu senjata ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha. Salah satu pemasaran yang sering digunakan adalah iklan.

Iklan merupakan suatu bentuk komunikasi massa melalui berbagai media massa yang dibayar oleh perusahaan-perusahaan bisnis, organisasi non profit dan individu-individu yang teridentifikasi dalam pesan periklanan dengan maksud memberi informasi atau mempengaruhi pemirsa dan golongan tertentu bentuknya dapat berupa tulisan, gambar, film, ataupun gabungan dari keseluruhan unsur tersebut. Iklan begitu akrab dengan kehidupan kita. Mulai dari bangun tidur, beraktifitas di rumah, keluar rumah, ditempat kerja, sampai kita pulang lagi ke rumah dan tidur. Iklan adalah senjata paling ampuh untuk mempengaruhi konsumen. Yang sebelumnya tidak tertarik dengan sebuah produk, namun karena iklan yang ditayangkan begitu gencarnya sehingga lama-kelamaan tertarik dan ingin mencobanya. Bagi produsen iklan bukan hanya menjadi alat promosi barang maupun jasa, melainkan juga untuk menanamkan citra kepada konsumen maupun calon konsumen tentang produk yang ditawarkan. Iklan seringkali menggiring khalayak untuk percaya pada produk, sehingga mendorong calon konsumen

untuk mengkonsumsi maupun mempertahankan loyalitas konsumen. Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran melalui iklan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi.

Perkembangan teknologi sekarang ini khususnya teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat. Saat ini sering sekali kita mendengar mengenai teknologi internet yang merupakan perkembangan terkini dari teknologi informasi. Perkembangan teknologi internet sekarang ini lebih banyak berkembang ke arah user friendly, yang artinya semakin mempermudah pemakai dalam memahami serta menjalankan fungsi internet tersebut. Internet membuat kita semakin menjadi mudah dalam hal mendapatkan informasi, terlebih dengan adanya fasilitas internet yang dalam dekade sekarang ini telah membuat sesuatu yang tadinya sukar di ketahui oleh publik akan hal yang sifatnya informasi kini seakan menjadi sebuah trend yang bisa terbilang cukup trendseter karena saat ini dari anak-anak SD pun sampai orang dewasa sudah

mulai menggemari berinternet ria bahkan bisa dikatakan kecanduan akan fasilitas yang ada di internet.

Dalam dunia usaha khususnya bidang pemasaran, internet merupakan salah satu media pemasaran yang bersifat global. Sekarang ini yang sedang naik daun adalah pemasaran dengan menggunakan internet atau pemasaran online. Internet sekarang telah menjadi gaya hidup, sehingga menjadi alternatif bagi banyak orang untuk melihat berita, belanja, membangun komunitas dan lain – lain. Internet sebagai alat pemasaran menjadikan segalanya lebih mudah dan praktis. Pemasaran internet juga dilakukan dengan cara memasang iklan melalui internet yang biasanya disebut iklan online. Iklan online adalah suatu bentuk promosi yang menggunakan internet dan *World Wide Web* untuk tujuan yang dinyatakan untuk menyampaikan pemasaran pesan untuk menarik pelanggan. Salah satu manfaat utama dari iklan online adalah segera menerbitkan informasi dan konten yang tidak dibatasi oleh geografi atau waktu. Iklan di internet saat ini sedang digemari karena iklan di internet dapat diakses dimana saja. Selain itu juga sekarang ini sangat mudah mengakses internet. Apalagi banyak handphone yang bisa internet sehingga memudahkan masyarakat untuk melihat barang di internet. Iklan internet dapat memasarkan sampai ke seluruh Indonesia / tidak terbatas pemasarannya. Biaya iklan di internet pun relatif lebih rendah dibanding dengan iklan di koran, sehingga banyak masyarakat yang mulai mencoba menjual barang-barangnya di internet. Kalau mempunyai produk yang bisa dijual, bisa di iklan di forum jual beli atau

bisa juga membuat website sendiri lalu menjual produk sendiri atau bisa juga menjual produk orang lain dan orang lain membayar jasa penampilan iklan online.

Pada iklan online sangat penting penampilan gambar karena masyarakat tertarik untuk membeli produk dari gambar akan tetapi tidak boleh memanipulasi gambar sampai tidak sesuai dengan yang produk asli. Salah satu contohnya kalau menjual hewan di internet terutama menjual hewan anjing karena banyak masyarakat yang menyukai anjing sebagai teman bermain atau bisa juga untuk menjaga rumah. Maka dari pada itu penjualan hewan anjing ini cukup tinggi, akan tetapi penjualan hanya terjadi di petshop karena jaman sekarang ada teknologi internet maka para penjual hewan anjing mulai mencoba untuk memasang iklan di internet. Pemasangan iklan anjing di internet ini membuat ketertarikan masyarakat yang menyukai anjing atau masyarakat yang mau membeli anjing. Banyak masyarakat menyukai anjing ras, melihat peluang seperti itu maka banyak website yang menjual anjing – anjing ras salah satunya adalah website anjingdijual. Website anjingdijual ini menjual semua anjing ras dari berbagai kota di Indonesia. Banyaknya masyarakat yang ingin membeli anjing ras berkunjung ke website anjingdijual maka banyak juga masyarakat yang menjual anjing di website anjingdijual sehingga banyak masyarakat yang membeli anjing dari website anjingdijual. Oleh karena itu memasang iklan di internet atau iklan online dapat menaikkan tingkat penjualan.

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai kegiatan iklan online yang telah dilakukan

oleh website anjingdijual, dengan judul **“Pengaruh Iklan Online Terhadap Tingkat Penjualan Pada Website Anjingdijual”** .

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Perkembangan pemasaran di dunia ini semakin beraneka ragam, salah satunya adalah pemasaran via internet atau pemasaran online melalui iklan online. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka didapat perumusan masalah pada iklan online ini adalah:

- Bagaimana pelaksanaan iklan online pada website anjingdijual
- Bagaimana tingkat penjualan menggunakan iklan online saat ini
- Seberapa besar pengaruh iklan online terhadap tingkat penjualan

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Berbagai macam cara memasarkan produk dan jasa agar masyarakat mengenal dan mau mencoba produk atau jasa yang tawarkan oleh perusahaan atau pembisnis. Salah satu pemasaran yang digunakan adalah pemasaran via internet melalui iklan online. Tujuan penulis dalam iklan online adalah :

- Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan iklan online pada website anjingdijual agar banyak masyarakat yang memlakukan transaksi jual beli di website anjingdijual.
- Untuk mengetahui tingkat penjualan pada websie anjingdijual dalam beberapa bulan terakhir karena internet bukanlah hal yang aneh lagi saat ini, sehingga masyarakat

bisa dengan mudah menerima iklan online, selain itu juga dapat memperluas pemasaran sehingga meningkatkan penjualan.

- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan online terhadap pemasaran sehingga website anjingdijual dapat meningkatkan penjualan

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Iklan online ini mempunyai kegunaan dan keuntungan untuk pengguna internet baik dari pihak pembeli maupun penjual. Ada aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen serta mengembangkan promosi untuk suatu produk atau jasa.

Pada iklan online ada beberapa kegunaan dari pihak pembeli dan penjual, diantaranya adalah :

- Pihak pembeli :
  - Pembeli / konsumen lebih nyaman, tidak usah macet – macetan dan berpanasan di jalan.
  - Harga yang ditawarkan di internet biasanya lebih murah dibandingkan toko ritel
  - Bisa belanja kapan saja karena jam operasional iklan online 24 jam
- Pihak penjual :
  - Dapat memperkecil atau meminimalis pengeluaran perusahaan
  - Memperluas pangsa pasar karena memasarkan di internet dapat diakses di seluruh indonesia

- Harga produk atau jasa bisa lebih murah karena biaya membuat toko atau website di internet cenderung murah bahkan gratis.
- Waktu operasionalnya jauh lebih lama dari toko/ritel. Iklan di internet buka 24 jam sedangkan kalau toko/ritel di dunia nyata hanya 12 jam.
- Secara akademis :
  - Dapat mengetahui perkembangan teknologi internet dalam pemasaran
  - Untuk dapat mengetahui ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran

### **1.5 Waktu dan Tempat Penelitian**

Dalam rangka pengumpulan data untuk menyusun skripsi, penulis mengadakan pengamatan pada website anjindijual, sedangkan waktu penelitiannya dilakukan pada bulan November 2009 sampai bulan April 2010

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian di dalam “ Pengaruh Iklan Online terhadap Tingkat Penjualan” ini terbagi dalam lima bagian, sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan tempat penelitian dan sistematika penulisan

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas teori – teori yang sesuai dengan topik penelitian.

#### **BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**



Bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian, sejarah perusahaan, aktivitas perusahaan dan metode yang digunakan peneliti untuk meneliti

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil pengolahan data, hasil pengujian

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberi kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran kepada pembaca