

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, internet sudah menjadi sebuah kebutuhan yang sangat penting bagi setiap orang, Sehingga dengan adanya internet orang-orang bisa saling berhubungan sampai ke seluruh dunia. Dengan adanya internet dapat juga membantu perusahaan menawarkan barang atau jasa yang mereka tawarkan kepada calon pembeli.

Saat ini dengan bantuan teknologi kita sangat dibantu dalam mempromosikan atau menjual suatu barang dan jasa yang kita jual kepada calon pelanggan. Hampir setiap perusahaan di dunia menggunakan cara pemasaran, salah satunya mempromosikan produknya melalui sosial media, iklan di tv, surat kabar dan *website*. Setiap metode dalam internet marketing tidak semuanya bisa digunakan karena semua metode mempunyai dampak yang positif dan negatif, sehingga sebelum menentukan metode yang ingin diterapkan maka pebisnis harus membandingkan metode terlebih dahulu agar metode yang dipilihnya itu tepat.

Maka dari itu pebisnis harus memikirkan strategi marketing agar pelanggan mau menjadi customer yang loyal terhadap produk atau jasa yang kita jual. Untuk memperkuat kegiatan marketing tersebut, dilakukan strategi promosi yang berfungsi untuk memperkenalkan, mengkomunikasikan, dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Salah satu perusahaan yang bernama Belanja Bosss saat ini belum menerapkan *digital marketing*. Belanja Bosss merupakan perubahan nama perusahaan dari Philia shop yang sekarang menjadi Belanja Bosss. Perubahan nama perusahaan tersebut berguna untuk mempermudah orang mencarinya di halaman pencarian. Belanja Bosssaat ini hanya menjual produknya secara manual dan ingin menerapkan *digitalmarketing* pada toko *online shop* tersebut agar toko *online shop* tersebut bisa meningkatkan omset dan meningkatkan pelayanan customer sehingga toko *online shop* tersebut selangkah lebih maju dari competitor bisnis yang belum menggunakan internet *marketing*.Oleh karena itu peran *digital marketing* dalam sebuah perusahaan Belanja Bosss sangat menarik

untuk dikaji dan diteliti. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti membuat Tugas Akhir dengan judul “Analisis dan Implementasi *Digital marketing* pada Belanja Bosss “.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah berdasarkan latar belakang

1. Bagaimana menerapkan *digitalmarketing* pada Belanja Bosss?
2. Bagaimana mengukur keberhasilan metode *digitalmarketing* pada Belanja Bosss?

### 1.3 Tujuan Pembahasan

Berdasarkan latar belakang, maka tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Menerapkan metode *digitalmarketing*.
2. Mengukur tingkat keberhasilan menggunakan metode *socialmediamarketing*.

### 1.4 Ruang Lingkup

Metode yang dipakai untuk *digitalmarketing* terhadap Belanja Bosss, yaitu:

1. *SocialMediaMarketing*.
2. *Content Marketing*.

### 1.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk topik tersebut, yaitu :

1. Wawancara dengan pemilik Belanja Bosss untuk mendapatkan informasi tentang sejauh mana perkembangan Belanja Bosss dan mendiskusikan tentang penerapan *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan di Belanja Bosss.
2. Observasi terhadap seluruh sosial media Belanja Bosss yang dipakai.
3. Studi literatur dari buku-buku, jurnal, *e-book*, *website* tentang *digital marketing*

### 1.6 Sistematika Penyajian

Sistematika penyajian laporan Tugas Akhir ini akan disajikan dalam 4 bab di antaranya:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan pembahasan, ruang lingkup, sumber data dan sistematika penyajian.

## **BAB II KAJIAN TEORI**

Bab ini membahas secara ringkas teori-teori dasar yang berhubungan dengan topik yang diambil oleh penulis. Teori-teori tersebut diambil dari berbagai pustaka yang bersangkutan dan diperlukan.

## **BAB III ANALISIS & HASIL PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang analisis dari topik yang diambil oleh penulis, perancangan solusi dan metode-metode yang digunakan.

## **BAB IV SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran yang diharapkan berguna untuk pengembangan sebuah produk yang bersangkutan.

