

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini teknologi berkembang dengan sangat pesat, seperti munculnya teknologi-teknologi baru yang mendukung aktivitas manusia. Banyak teknologi baru yang berkembang yang berfungsi untuk memudahkan aktivitas dari manusia mulai dari bidang kesehatan, pendidikan, gadget, ataupun bidang bisnis. Teknologi juga berkembang dengan pesat dalam bidang internet, dimana muncul jaringan-jaringan yang semakin mempermudah dan mempercepat koneksi dari internet.

Saat ini salah satu hal yang menjadi kebutuhan manusia adalah internet, banyak manusia yang sulit lepas dari penggunaan internet. Internet dapat berdampak positif ataupun negatif, berdampak negatif bila digunakan secara berlebihan dan digunakan secara kurang bertanggung jawab. Berdampak positif karena dengan adanya internet ini dapat memudahkan pekerjaan manusia seperti dalam bidang marketing.

Internet sangat memudahkan manusia di dalam bidang marketing, karena dengan adanya internet dalam urusan berjualan tidak lagi harus ada toko secara fisik, dan dapat dilakukan antar kota. Para penjual juga dimudahkan dengan berbagai teknologi yang memudahkannya untuk menawarkan produk atau jasa yang dapat ia pasarkan lewat internet. Selain itu juga para pembeli diuntungkan dengan kemudahan untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

Digital marketing juga memudahkan penjual untuk memperkenalkan produk-produk yang ia jual, serta menarik minat masyarakat untuk membeli produk yang di tawarkan oleh si penjual. Dengan digunakannya digital marketing ini maka meningkatkan penjualan juga akan menjadi lebih mudah. Ada banyak cara yang dapat dilakukan untuk menerapkan digital marketing ini misalnya melalui facebook, instagram, google, dan lain-lain.

Ragnor Sports merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan baju olahraga. Ragnor Sport dapat membuat baju olahraga seperti jersey futsal ataupun basket. Selain itu Ragnor sports menyediakan jasa pembuatan jersey olah raga secara *custom* yang artinya jersey tersebut dibuat sesuai keinginan dari sang pembeli.

Produk olahraga Ragnor Sprotis juga akan menerapkan penggunaan digital marketing di dalam penjualannya. dan diharapkan dengan diterapkannya digital marketing di dalam produk ragnor sports ini dapat meningkatkan nilai koversi,

reach, followers, engagement, traffic, pageview, dan jumlah klik di website. Yaitu dengan cara pembuatan website, penerapan digital marketing melalui instagram, facebook dan website. Penerapan digital marketing ini juga ditujukan terutama kepada pria yang berusia 18-35 tahun dan juga kepada yang memiliki minat dalam bidang futsal, basket atau sepak bola.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam laporan ini adalah :

1. Bagaimana penerapan digital marketing melalui instagram untuk meningkatkan jumlah konversi, klik, *reach*, *followers*, *engagement*, dan *traffic* di Ragnor Sports?
2. Bagaimana penerapan digital marketing melalui facebook untuk meningkatkan jumlah konversi, klik, *reach*, *followers*, *engagement*, dan *traffic* di Ragnor Sports?
3. Bagaimana penerapan digital marketing melalui Website untuk meningkatkan jumlah *page view*, *reach*, dan *click* di Ragnor Sports?

1.3 Tujuan Pembahasan

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan pembahasan dalam Laporan ini adalah :

1. Untuk meningkatkan penjualan jumlah konversi, klik, *reach*, *followers*, *engagement*, dan *traffic* di Ragnor Sports melalui penerapan digital marketing di instagram.
2. Untuk meningkatkan jumlah konversi, klik, *reach*, *followers*, *engagement*, dan *traffic* di Ragnor Sports melalui penerapan digital marketing di facebook.
3. Untuk meningkatkan jumlah *page view*, *reach* dan *click* di website ragnor sports.

1.4 Ruang lingkup

Adapun ruang lingkup dari laporan ini adalah :

1. Pembuatan website sebagai media *digital marketing*.
2. Penggunaan facebook sebagai media *digital marketing*.
3. Penggunaan instagram sebagai media *digital marketing*.
4. Penggunaan SEO sebagai penunjang untuk *digital marketing*
5. Penggunaan Email Marketing sebagai penunjang *digital marketing*
6. Penggunaan *Google analytic* untuk melakukan analisis website
7. Penggunaan *content marketing* untuk pengenalan produk

1.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah sumber data primer karena Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan, dan sekunder karena data bersumber dari literatur, jurnal, situs internet dan artikel yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

1.6 Sistematika penyajian

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang, rumusan masalah, Tujuan Pembahasan, Ruang Lingkup, Sumber Data, dan sistematika penulisan

BAB 2 KAJIAN TEORI

Berisikan tentang kajian teori mengenai pemasaran, *Digital Marketing*, Media Sosial, *Social Media Marketing*, *Content Marketing*

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN

Berisikan tentang Profil perusahaan, rancangan website, rencana implementasi, rencana kegiatan *campaign*, serta *goal conversion*.

BAB 4 IMPLEMENTASI

Berisikan hasil dari analisis dan implementasi dari *digital marketing*

BAB 5 PENUTUP

Berisikan kesimpulan mengenai hasil kerja yang akan dilakukan oleh penulis setelah menyelesaikan BAB 4, BAB 3, BAB 2, dan BAB