

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern ini, jenis-jenis pemasaran sudah mengalami banyak perkembangan dan kemajuan. Teknologi internet merupakan faktor utama pendorong digitalisasi dalam pemasaran. Masyarakat mulai beralih dari media pemasaran konvensional ke media pemasaran digital atau biasa disebut dengan *Digital Marketing*. *Digital Marketing* memiliki arti kegiatan promosi melalui media digital secara *online* dengan menggunakan berbagai sarana [3]. Kemampuan interaktif dari *Digital Marketing* yang dapat memberikan komunikasi dua arah secara *real time* menjadi salah satu keunggulan yang cukup memiliki daya tarik bagi kalangan pemilik usaha. Penggunaan media *Digital Marketing* untuk kegiatan pemasaran saat ini juga lebih efektif dan efisien mengingat bahwa teknologi internet sudah mendominasi kehidupan masyarakat sehari-hari.

Toko Makmur adalah toko yang menjual produk kebutuhan bayi dan anak. Toko Makmur memiliki tujuan membantu masyarakat untuk berhemat dalam membeli kebutuhan bayi dan anak. Sebagian kegiatan pemasaran di Toko Makmur menggunakan media *Digital Marketing* untuk memperkenalkan Toko Makmur kepada masyarakat dan menjangkau target pasar. Target pasar yang dituju yaitu para ibu yang memiliki bayi berusia dibawah 5 tahun. Dengan begitu dibutuhkan optimalisasi dalam hal menggunakan *Digital Marketing* sebagai media pemasaran pada Toko Makmur.

Terlebih ditengah kondisi pandemi Covid-19 seperti saat ini. Pemerintah menghimbau agar seluruh kegiatan sehari-hari seperti bekerja, bersekolah, dan beribadah dilakukan secara virtual dengan tetap berada di rumah. Hal ini menyebabkan kegiatan yang dilakukan secara *online* semakin mendominasi di dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hal pemenuhan kebutuhan bayi berusia dibawah 5 tahun. Melihat hal itu Toko Makmur juga semakin memanfaatkan implementasi *Digital Marketing* untuk memasarkan produknya.

Implementasi *Digital Marketing* pada Toko Makmur dilakukan dengan membuat situs blog menggunakan Wordpress terkait informasi Ibu dan Anak, mengoptimalkan SEO, memaksimalkan penggunaan Facebook dan Instagram

dengan membuat konten mengenai Ibu dan Anak, Facebook Ads, Instagram Ads dan organik, dan mengoptimalkan pencarian di Google Maps. Berangkat dari kebutuhan yang ditemukan di atas, penulis tertarik untuk mengimplementasikan dan memaksimalkan penggunaan *Digital Marketing* pada Toko Makmur dengan judul laporan “Implementasi *Digital Marketing* Terhadap Kegiatan Pemasaran Pada Toko Makmur”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas maka laporan ini memiliki rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana melaksanakan penerapan *Digital Marketing* pada media sosial dan situs blog Toko Makmur?
2. Bagaimana cara melakukan perencanaan konten untuk media sosial Instagram dan Facebook Toko Makmur?
3. Bagaimana cara mengoptimalkan Google Maps untuk penerapan *Digital Marketing* pada Toko Makmur?
4. Bagaimana analisis perbandingan kinerja Media Sosial dan situs blog Toko Makmur sebelum dan sesudah optimalisasi *Digital Marketing*?

1.3 Tujuan Pembahasan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas maka laporan ini memiliki tujuan pembahasan yaitu:

1. Mengetahui penerapan *Digital Marketing* pada media sosial dan situs blog Toko Makmur.
2. Mengetahui cara melakukan perencanaan konten untuk media sosial Instagram dan Facebook Toko Makmur
3. Mengetahui cara optimalisasi Google Maps untuk penerapan *Digital Marketing* pada Toko Makmur.
4. Mengetahui analisis perbandingan kinerja Media Sosial dan situs blog Toko Makmur sebelum dan sesudah optimalisasi *Digital Marketing*.

1.4 Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan pembahasan yang sudah dijabarkan maka penulis akan membatasi pembahasan pada :

1. Membuat situs blog menggunakan Wordpress.
2. Memasang Google Analytics.
3. Mengoptimalkan SEO pada situs blog.
4. Membuat konten untuk Facebook, Instagram, dan situs blog.
5. Memasang Facebook Ads dan Instagram Ads.
6. Mengupayakan pertumbuhan Instagram secara organik.
7. Mengoptimalkan Google Maps.

Pengerjaan dimulai dari tanggal 1 Februari 2021 sampai dengan 30 Agustus 2021.

1.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan di dalam laporan ini adalah data dari Google Analytics, Instagram Insight, Facebook Insight, dan Google My Business Insight.

1.6 Sistematika Penyajian

Sistematika laporan “Implementasi *Digital Marketing* Terhadap Kegiatan Pemasaran Pada Toko Makmur” terdiri dari :

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi latar belakang pengimplementasian *Digital Marketing* pada Toko Makmur, rumusan masalah yang akan diangkat, tujuan dari implementasi *Digital Marketing* pada Toko Makmur, batasan-batasan materi yang akan dibahas, dan sumber data yang digunakan.

2. BAB 2 KAJIAN TEORI

Uraian mengenai teori-teori yang terkait dengan pembahasan yang dilakukan oleh penulis.

3. BAB 3 ANALISIS DAN RANCANGAN SISTEM

Analisis dan rancangan sistem menjabarkan mengenai profil perusahaan, proses bisnis saat ini dan rancangan sistem yang akan dibuat.

4. BAB 4 IMPLEMENTASI

Implementasi menjabarkan mengenai proses implementasi *Digital Marketing* pada Toko Makmur.

5. BAB 5 HASIL

Bagian ini menguraikan tentang hasil dari implementasi *Digital Marketing* pada Toko Makmur yang sudah dilakukan sebelumnya.

6. BAB 6 SIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini terdapat kesimpulan dari laporan dan saran-saran positif yang ditujukan kepada perusahaan terkait.

