

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini dikenal adanya *media online* menjadi salah satu pilihan cara berkomunikasi dan media pemasaran. Hal ini pula yang membuat komunikasi menjadi lebih bervariasi sehingga banyak orang mencoba untuk memanfaatkannya. Salah satu pemanfaatannya antara lain pada bidang promosi pemasaran (*marketing promotion*). Banyaknya pilihan media promosi saat ini membuat persaingan usaha semakin ketat. Hal ini dimanfaatkan oleh pengusaha baru (*newcomer*) untuk mempromosikan produk atau penjualan mereka diantaranya dengan memanfaatkan *media online*.

Perkembangan internet, teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan paradigma dalam kehidupan masyarakat, berbagai termasuk dalam dunia usaha. Pekerjaan yang dahulu dikerjakan secara manual sehingga penyelesaian pekerjaan membutuhkan waktu yang relatif lama dengan tingkat akurasi yang rendah, kini dengan berkembangnya teknologi komputer hal tersebut bisa diperbaiki. Dengan bantuan perangkat komputer pekerjaan yang dilakukan menjadi semakin cepat dengan akurasi yang cukup tinggi, sehingga akan terjadi penghematan baik tenaga dan waktu. Dalam dunia usaha kita tahu waktu dan tenaga merupakan modal bagi keberhasilan peningkatan usaha.

Teknologi informasi dan komunikasi sebagai suatu perpaduan teknologi telah memungkinkan terjadinya *Internetworking* yang menyebabkan faktor jarak menjadi kurang berarti, Melalui *Internetworking* dapat disebarkan berbagai

informasi dalam jumlah besar secara gencar untuk melaksanakan berbagai transaksi baik profit maupun non profit. Teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dunia menuju ke era informasi, dimana informasi merupakan salah satu sumberdaya paling penting dalam upaya peningkatan kehidupan masyarakat.

Seiring perkembangan teknologi dan kebutuhan manusia yang semakin lama semakin meningkat sampai pada akhirnya pemanfaatan internet meluas hingga memanfaatkan *internet* sebagai media untuk berbisnis, publikasi, pemasaran, dan promosi, karena seperti yang kita ketahui bersama berbisnis dengan menggunakan perkembangan teknologi *internet* selain lebih ekonomis untuk urusan *maintanance* atau perawatannya, juga lebih praktis dan cepat berinteraksi dengan masyarakat.

Salah satu teknologi yang digunakan dalam strategi pemasaran adalah Aktivitas pemasaran online didukung oleh perkembangan internet, sehingga konsumen dapat mencari produk yang diinginkan hanya dengan membuka iklan yang dipasarkan melalui internet. Media online akan mendapatkan banyak jumlah pengunjungnya yang berpotensi menjadi pembeli sehingga penjual bisa memasarkan produknya di situs tersebut. Berbagai macam jualan ataupun produk telah dipromosikan melalui salah satu fitur yang ada pada media online tersebut. Mulai dari promosi barang elektronik, aksesoris olahraga, hingga barang yang merupakan kebutuhan primer manusia yaitu makanan dan pakaian, furniture serta berbagai macam produk atau jualan lainnya.

Internet mendobrak klasifikasi pemasaran, internet adalah produk yang menyediakan berbagai layanan elektronik seperti 'home banking'. Internet dapat digunakan sebagai sarana riset pasar, sarana iklan, sarana hubungan masyarakat dan sarana penjualan. Perangkat komputer dapat menggantikan outlet pengecer dan

penjualan personal jika memang perusahaan menghendakinya.

Salah satu manfaat kunci internet adalah peluang untuk mengakses informasi dan membantu memperolehnya dengan lebih cepat, lebih murah dan lebih langsung daripada sistim komunikasi yang sudah ada seperti telepon, faks, surat dan pos. Pelaksanaan riset pasar akan mengalami perubahan radikal, baik dalam hal bagaimana konsumen menguji produk, dan bagaimana informasi persaingan dikumpulkan. Selain itu, biaya untuk mendapatkan konsumen diseluruh dunia akan sangat berkurang. Internet menyediakan komunikasi dua arah langsung dengan konsumen, tidak masalah dinegara mana dia tinggal. Hal ini secara khusus sangat membantu pengembangan internasional produk baru, mengembangkan nama merek global, dan meluncurkan produk di geografis pasar baru.

Berbagai informasi persaingan juga tersedia di internet hanya dengan melihat web yang tersedia. Halaman web dapat memberikan informasi produk baru, harga, daftar pelanggan dan klien, lokasi bisnis, yang semuanya dapat diperoleh tanpa biaya. Namun dengan semua informasi itu, pembuktian keasliannya harus diperhatikan. Sebaliknya, ketika mengembangkan halaman web, perusahaan harus memperhatikan bahwa halaman web merupakan sarana komunikasi yang berkontribusi terhadap citra.

Antara promosi dan produk, tidak dapat dipisahkan, dua hal ini yang saling berkaitan untuk menuju suksesnya pemasaran. Di sini harus ada keseimbangan, produk baik, sesuai dengan selera konsumen, dibarengi dengan teknik promosi yang tepat akan sangat membantu suksesnya usaha marketing. Teknik promosi yang digunakan ketika melakukan kegiatan promosi penjualan di media online, yaitu dengan sering update info dan gambar yang isinya menawarkan atau tentang promo

yang sedang berjalan seperti diskon 10%, harga lebih murah, dan promo lainnya; share picture kedalam media online; membuat tampilan produk yang menarik seperti menggunakan model yang cantik atau background foto yang menarik; keterangan produk dibuat secara detail seperti bahan produk, warna, panjang, ukuran pinggang, stok produk yang masih tersedia, dan masih banyak lagi; menggunakan kalimat-kalimat yang menarik dan terkesan akrab serta kekeluargaan.

Permasalahan di perusahaan Furniture Jati Minimalis adalah belum maksimalnya pemasaran yang dijalankan, sehingga hasil produksi seringkali tidak terjual dan menjadi persediaan di gudang. Apabila desain lama tidak cepat terjual, maka harganya akan turun dan perusahaan akan merugi. Keadaan di Furniture Jati Minimalis inilah yang membuat perusahaan memperkecil kapasitas produksi, dan berakibat pada pemutusan hubungan kerja karyawannya, sehingga pada tahun 2013 Furniture Jati Minimalis melakukan strategi dengan menggunakan media online sebagai media komunikasi dan promosinya dan hal itu berakibat pada pertumbuhan usaha yang semakin baik. Berikut Data Omset Penjualan dan jumlah pekerja di Furniture Jati Minimalis.

Table 1.1 Omset Penjualan Furniture Jati Minimalis

NO	Tahun	Jumlah Pekerja	Omset Penjualan
1	2011	21	Rp. 829.435.000
2	2012	19	Rp. 792.525.000
3	2013	12	Rp. 432.270.000
4	2014	16	Rp. 782.391.000
5	2015	20	Rp. 965.623.000

Sumber: Bagian Administrasi Furniture Jati Minimalis.

Dari data diatas menunjukkan bahwa strategi sebelum menggunakan media online sebelum tahun 2013 belum menunjukkan pertumbuhan malah terjadi

penurunan dari tahun 2010 hingga 2013. Setelah menggunakan media online di tahun 2013 keadaan mulai membaik, sehingga perusahaan mulai mengalami pertumbuhan lagi yang cukup cepat dari tahun 2013 sampai tahun 2014.

Untuk mengetahui bagaimana strategi yang telah dijalankan dan rencana apa kedepannya maka penelitian ini dilakukan. Maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: “Pemanfaatan Media online Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan pada Furniture Jati Minimalis”.

1.2. Batasan Penelitian

Agar penelitian tidak terlalu melebar maka perlu ada pembatasan masalah dan kajian dalam penelitian, dan batasan tersebut adalah:

1. Penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif.
2. Penelitian ini mengambil obyek di Furniture Jati Minimalis.
3. Penelitian ini khusus mengkaji pemanfaatan media online sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Furniture Jati Minimalis.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana potensi dan kendala Pemasaran yang dihadapi dalam meningkatkan penjualan Furniture Jati Minimalis?
2. Bagaimana pemanfaatan media online sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Furniture Jati Minimalis?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis potensi dan kendala Pemasaran yang dihadapi dalam meningkatkan penjualan Furniture Jati Minimalis.
2. Untuk menganalisis pemanfaatan media online sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Furniture Jati Minimalis.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang pemasaran di perusahaan. Selain itu dari hasil penelitian ini akan di tatapkan strategi apa yang tepat untuk mengembangkan perusahaan. Peneliti nantinya dapat memahami bagaimana proses pengembangan usaha dan menjalankan usaha diperusahaan.

2. Bagi Furniture Jati Minimalis Jepara/ Perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana yang positif bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas sehingga dapat dapat diaplikasikan dalam strategi pemasaran.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dimaksud mempermudah dalam memahami isi dari skripsi ini, adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bagian isi skripsi pada tahap paling

awal yang menguraikan tentang latar belakang masalah, ruang lingkup masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini memuat tentang tinjauan pustaka yang membahas teori-teori yang relevan dengan topik permasalahan yaitu Landasan teori, Penelitian Terdahulu dan Kerangka pemikiran teoritis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian berisi tentang jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data dan metode analisis data secara teknis yang dilakukan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil dan pembahasan, di mana akan dibahas mengenai hasil penelitian yang diperoleh peneliti baik secara deskriptif yang bersifat umum maupun data hasil penelitian khusus, yaitu gambaran umum perusahaan, penyajian data, analisis data dan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yang memuat tentang kesimpulan dan saran yang merupakan sumbangan pemikiran penelitian terhadap pemecahan masalah dihadapi oleh perusahaan.