

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Di dalam dunia bisnis, penjualan dan pemasaran merupakan bagian yang sangat penting sehingga banyak cara yang ditempuh oleh perusahaan untuk memperbaiki sistem penjualan dan pemasaran yang dimiliki mulai dari cara tradisional sampai cara yang *modern*. Dengan adanya teknologi internet yang semakin berkembang saat ini membuat masyarakat dapat melakukan banyak hal seperti bersosialisasi, mencari berbagai informasi, bahkan memasarkan produk atau berbelanja secara *online*. Internet merupakan alat sebagai perantara pemasaran yang saat ini banyak digunakan dalam memperkenalkan produk atau jasa dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi.

Digital Marketing adalah segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media *digital*, yang pada tujuannya dapat berkomunikasi dengan calon konsumen dengan saluran komunikasi online (Gunawan, 2019). Tujuan pemasaran *digital* adalah menjangkau pelanggan dengan cara yang efisien, relevan, dan efektif. Perantara pemberian informasi yang mampu membantu perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya untuk menjangkau wilayah yang luas dengan hemat biaya yaitu salah satunya dengan menggunakan media sosial. Pelaku bisnis dapat melakukan aktivitas melalui sosial media untuk melakukan pemasarannya

seperti memperkenalkan produk, menjalin komunikasi dengan konsumen dan calon konsumen, dan memperluas jaringan bisnis. Media sosial saat ini dapat mempengaruhi penjualan perusahaan jika kegiatan tersebut dilakukan secara menarik dan didukung dengan pelayanan yang baik sehingga dapat mempengaruhi konsumen yang kemudian melakukan pembelian. Aplikasi media sosial yang banyak dipilih oleh pelaku bisnis untuk memasarkan produk usahanya yaitu Facebook, Whatsapp, Instagram, Tik tok.

CV Sumber Baru Motor Mlati merupakan salah satu dealer resmi sepeda motor Yamaha cabang Mlati yang bergerak di bidang otomotif yang berlokasi di Jl.Magelang KM.7.5 No.204, Jongke Tengah, Sendangadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta. Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk pada CV Sumber Baru Motor Mlati yaitu menggunakan strategi *digital marketing*. Dalam dunia otomotif Sumber Baru Motor Mlati memiliki pesaing yang cukup berat salah satunya yaitu Honda. Persaingan Honda dan Yamaha semakin ketat dengan adanya kemajuan teknologi serta adanya pengembangan produk yang berkualitas. Media sosial yang digunakan untuk memasarkan produk yaitu dengan menggunakan aplikasi Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Promosi tersebut diyakini cukup baik untuk mengamati karakteristik konsumen. Namun strategi yang digunakan Sumber Baru Motor dirasa kurang cukup. Dari penjelasan diatas, maka dapat dibuat laporan tugas akhir dengan judul “ Strategi *Digital Marketing* di CV Sumber Baru Motor Cabang Mlati”

B. BATASAN MASALAH

Masalah yang akan dibahas dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah bagaimana aplikasi *Digital Marketing* pada facebook, instagram, dan whatsapp diterapkan di CV Sumber Baru Motor.

C. TUJUAN

Tujuan penulisan laporan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui penerapan *digital marketing* pada aplikasi facebook, instagram, dan whatsapp di CV Sumber Baru Motor cabang Mlati dan untuk mengetahui secara khusus apakah strategi yang digunakan sudah optimal.

D. MANFAAT

Penulisan laporan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Laporan tugas akhir ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk melakukan evaluasi mengenai Strategi promosi *digital* yang sudah dilakukan agar lebih dikembangkan untuk kesuksesan perusahaan.

2. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan tentang strategi *digital marketing* pada Sumber Baru Motor Mlati

3. Bagi Pembaca

Menambah pengetahuan dan referensi bagi pembaca yang ingin membuat karya ilmiah khususnya di bidang pemasaran, serta sebagai tambahan pengetahuan yang berkaitan dengan strategi *digital marketing*.