

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam era saat ini media sosial merupakan sebuah sarana aplikasi yang memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat dan dapat mengubah gaya komunikasi manusia menjadi tidak terbatas oleh ruang, waktu, dan jarak. Seiring berjalannya waktu media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi saja tetapi dapat juga dimanfaatkan sebagai sebuah sarana promosi yang menguntungkan.

Pemasaran merupakan salah satu hal fundamental yang penting dari perusahaan. Tujuan adanya pemasaran adalah agar perusahaan mampu mengenali dan memahami pelanggan, sehingga produk barang atau jasa yang ditawarkan akan sesuai dengan keinginan pelanggan dan produk tersebut dapat terjual dengan sendirinya. Perusahaan menentukan pemilihan strategi yang tepat agar perusahaan tersebut mampu mencapai salah satu target utama perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan.

Strategi pemasaran dapat dikatakan efektif jika mampu memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada. Saat ini strategi yang sedang tren digunakan oleh perusahaan adalah dengan menggunakan pemasaran digital. Media yang digunakan dalam penerapan strategi pemasaran digital salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial, dengan pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah tersebut naik 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya. Namun, kini persaingan persaingan bisnis digital juga semakin meningkat para pelaku usaha memanfaatkan platform media sosial dalam memasarkan barang atau jasa,

sehingga akan semakin banyak kompetitor yang akan muncul. Salah satu perusahaan serupa yang sukses dalam memanfaatkan media sosial adalah Planet Gadget, dalam satu bulan bisa menghasilkan omzet sekitar Rp 3 miliar hingga Rp 10 miliar, perkembangan bisnis Planet Gadget ini juga tidak lepas dari proses marketing yang dilakukan melalui media sosial mereka. Data dari Stackla juga menunjukan 79% orang mengatakan bahwa konten buatan pengguna di media sosial memengaruhi keputusan pembelian mereka secara signifikan, namun permasalahan dan hambatan yang muncul dalam penerapan media sosial di Super Dazzle yaitu tidak memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi mereka secara maksimal. Beberapa fitur yang seharusnya dapat mereka gunakan untuk meningkatkan jangkauan terhadap produk mereka seperti : *Live Selling, Advertising* dan tidak menampilkan katalog produk, sehingga mengurangi efektivitas strategi pemasaran digital mereka.

Suatu usaha yang mengandalkan pemasaran dengan media sosial sebagai salah satu medianya, maka media sosial akan memberi identitas dan informasi kepada *brand* atau merek yang dipasarkan serta membantu dalam menyebarkan pesan dengan cara yang menarik serta komunikatif kepada seluruh kalangan, dengan media sosial para pebisnis juga dapat mengetahui informasi tentang kompetitor usaha, sehingga dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih baik. Oleh karena itu, Super Dazzle Gejayan perlu mengetahui bagaimana cara menerapkan media sosial yang baik agar dapat meningkatkan penjualan dan mampu untuk bersaing dengan para kompetitor lainnya. Jadi jika penggunaan media sosial sebagai pemasaran online dapat digunakan secara optimal maka akan meningkatkan jumlah penjualan usaha, karena pasar yang dibangun usaha tersebut luas dan dikenal masyarakat lebih jauh lagi.

Perusahaan Super Dazzle Gejayan menggunakan strategi pemasaran online dengan memanfaatkan media sosial perusahaan mereka. Untuk mengetahui bagaimanana penerapan media sosial dalam strategi marketing online di Super Dazzle Gejayan, maka penulis tertarik untuk membuat Laporan Tugas Akhir dengan judul “PENERAPAN MEDIA SOSIAL TERHADAP STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI SUPER DAZZLE GEJAYAN”.

B. BATASAN MASALAH

Tulisan tugas akhir ini hanya dibatasi pada strategi pemasaran digital dan penerapan media sosial pada Super Dazzle Gejayan.

C. TUJUAN

Laporan Tugas Akhir bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran digital di Super Dazzle Gejayan.
2. Untuk mendeskripsikan penerapan strategi pemasaran digital menggunakan media sosial di Super Dazzle Gejayan.
3. Untuk mengetahui kendala dan solusi penerapan media sosial di Super Dazzle Gejayan.

D. MANFAAT

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

1. Bagi Perusahaan

Laporan tugas akhir ini diharapkan mampu menjadi pedoman bagi perusahaan memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai media pemasaran digital, agar pengunjung tertarik dengan berbagai konten yang disajikan.

2. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman di bidang pemasaran, khususnya digital marketing.

3. Bagi STIM YKPN

Sebagai bahan masukan bagi Perguruan Tinggi untuk meningkatkan pembelajaran yang lebih berkualitas sehingga hasil belajar mahasiswa lebih meningkat.