

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Digital marketing merupakan salah satu media yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat serta sebagai pendukung dalam kegiatan sehari-hari. Secara perlahan banyak masyarakat yang meninggalkan cara marketing konvensional (tradisional) dan beralih kepada *digital marketing*. Secara umum, *Digital Marketing* itu sendiri mempunyai arti memasarkan atau mempromosikan sebuah brand atau produk menggunakan media digital. *Digital marketing* yang berbasis pada media internet biasanya dilakukan melalui *e-commerce*, *sosial media*, dan juga melalui *website*.

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 melalui saluran komunikasi online (Gunawan, 2019). Semakin berkembangnya *digital marketing* dapat membantu suatu perusahaan untuk memperluas jangkauan pasarnya karena dengan adanya *digital marketing* dapat memberikan peluang bagi suatu perusahaan untuk mendapatkan konsumen dengan jumlah yang lebih besar, hal tersebut dikarenakan konsumen dapat mengeksplor atau mengetahui suatu produk tanpa adanya batasan waktu dan dapat mengakses informasi dengan leluasa mengenai produk yang

dipasarkan oleh suatu perusahaan melalui media digital. Aplikasi media digital yang banyak dipilih oleh pelaku bisnis untuk memasarkan produk usahanya yaitu melalui Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Tik Tok.

Salah satu perusahaan yang menggunakan *digital marketing* sebagai tempat pemasaran adalah CV Sumber Baru Motor Mlati yang merupakan salah satu dealer resmi sepeda motor Yamaha 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 *digital marketing*. Salah satunya, yaitu menggunakan media sosial untuk memasarkan produk dengan aplikasi Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Promosi melalui media sosial terhadap penjualan produk yang dilakukan dapat mempengaruhi dan mempertahankan konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

Berdasarkan latar belakang di atas, menjadi pertimbangan penulis untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana penerapan sosial media sebagai alat pemasaran digital yang dilakukan CV Sumber Baru Motor Mlati. Dengan demikian penulis memilih judul akhir sebagai berikut: **“Penerapan *Digital Marketing* pada CV Sumber Baru Motor Cabang Mlati”**

B. Batasan Masalah

Dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Masalah yang akan dibahas dalam penulisan ini adalah bagaimana aplikasi *Digital Marketing* pada Facebook, Instagram, dan Whatsapp diterapkan di CV Sumber Baru Motor cabang Mlati
2. Penulis melakukan kegiatan magang di CV Sumber Baru Motor cabang Mlati mulai tanggal 25 Juli 2023 sampai dengan 25 September 2023.

C. Tujuan

Tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui penerapan *digital marketing* pada CV Sumber Baru Motor cabang Mlati khususnya aplikasi Facebook, Instagram, dan Whatsapp

D. Manfaat

Penulisan laporan tugas akhir ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Menambah pengetahuan dan pengalaman terkait *digital marketing* khususnya Facebook, Instagram, dan Whatsapp.
2. Bagi Perusahaan
Laporan tugas akhir ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk melakukan evaluasi mengenai Strategi promosi *digital* yang sudah

dilakukan agar lebih dikembangkan untuk meningkatkan penjualan dan kesuksesan perusahaan.

3. Bagi Pembaca

Menambah pengetahuan dan referensi bagi pembaca terkait dengan *digital marketing* serta dapat menjadi referensi penyusun laporan tugas akhir dengan pembahasan yang serupa di masa yang akan datang.