

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat pada saat ini menyadari bahwa penggunaan internet merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perkembangan teknologi dan informasi yang terjadi diseluruh penjuru dunia. Dengan adanya teknologi yang makin berkembang ini membuat masyarakat dapat melakukan banyak hal seperti bersosialisasi, mencari informasi, bahkan memasarkan produk atau berbelanja *online*.

Dampak dari perkembangan teknologi internet tentu saja berakibat pada semakin ketat dan tajamnya persaingan bisnis. Maka dari itu para pelaku bisnis berupaya agar produknya laku terjual dan dapat menguasai pasar serta mendapatkan keuntungan yang optimal. Untuk dapat memperkenalkan dan mempromosikan produk, maka pelaku bisnis harus memiliki strategi supaya produknya lebih dikenal oleh konsumen dan calon konsumen serta masyarakat luas. Tenaga penjual menjadi salah satu media yang sangat efektif untuk lebih mendekatkan konsumen dengan produk yang mereka jual.

Pemasaran bisa dilakukan dengan berbagai cara, pada zaman yang sudah modern ini banyak dilakukan pengembangan jenis promosi dengan berbagai media yang antara lain terdiri atas *direct marketing* dan *indirect*

marketing. Semua itu dilakukan demi untuk menarik minat masyarakat, metode promosi atau alat-alat promosi penting digunakan untuk mempengaruhi minat konsumen dalam membangun suatu program penjualan yang efektif. Sebagai contoh diantaranya yakni periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung (*direct marketing*), dan hubungan masyarakat (Kotler dan Keller, 2016).

Thrifting Ody Sub Condongcatur merupakan salah satu usaha *online* yang menjual baju bekas *import*. *Thrifting* Ody Sub telah menerapkan strategi pemasaran produknya melalui strategi *direct marketing*. *Direct Marketing* adalah suatu jenis promosi yang memanfaatkan satu atau lebih media, memengaruhi setiap *respons* atau transaksi di setiap tempat (Kotler dan Keller, 2016). *Direct Marketing* merupakan pemasaran yang dilakukan dari jarak jauh, melalui berbagai media sosial seperti Shopee, Tiktok, Instagram dan lain sebagainya.

Dengan *direct marketing* perusahaan akan mampu menghasilkan nilai penjualan yang tinggi dengan biaya yang cenderung rendah. *Direct Marketing* juga dikenal cukup efektif dalam menjangkau pelanggan dan sebagai upaya meningkatkan penjualan produk. Selain meningkatkan penjualan, *direct marketing* dapat membantu meminimalisir biaya yang dikeluarkan oleh *Thrifting* Ody Sub untuk mempromosikan produknya.

Berdasarkan latar belakang di atas, menjadi pertimbangan penulis untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana penerapan *direct marketing* yang dilakukan *Thrifting* Ody Sub Condongcatur Yogyakarta. Dengan

demikian penulis memilih judul tugas akhir sebagai berikut: **“Penerapan *Direct Marketing* dengan *Shopee Live* pada *Thrifting* Ody Sub Condongcatur”**.

B. Batasan Masalah

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

1. *Thrifting* Ody Sub Condongcatur Yogyakarta menggunakan aplikasi *direct marketing* dengan *Shopee Live* sebagai alat pemasaran.
2. Penulis melakukan kegiatan magang di *Thrifting* Ody Sub Condongcatur Yogyakarta mulai tanggal 17 Juli 2023 s.d 16 September 2023.

C. Tujuan

Tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui penerapan *direct marketing* dengan *Shopee Live* pada *Thrifting* Ody Sub Condongcatur dan untuk mengetahui secara khusus apakah strategi yang digunakan sudah optimal.

D. Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari penulisan ini adalah:

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan pengalaman terkait dengan penerapan *direct marketing* dengan *Shopee live* pada *Thrifting Ody Sub*.

2. Bagi Perusahaan

Laporan tugas akhir ini diharapkan mampu mejadi bahan pertimbangan dan evaluasi mengenai penerapan *direct marketing* di *Thrifting Ody Sub* agar lebih efektif dan optimal.

3. Bagi STIM YKPN

Dapat menambah pengetahuan dan dapat dijadikan referensi bagi pembaca yang ingin membuat karya ilmiah terkait dengan penerapan *direct marketing* dan dapat menjadi referensi penyusunan laporan tugas akhir dengan pembahasan yang serupa di masa yang akan datang.