

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Digitalisasi telah menjadi salah satu strategi yang diterapkan oleh sebagian besar perusahaan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini, telah merevolusi banyak bidang, seperti pemasaran, *E-commerce*, industri, dan saat ini *Artificial Intelligence*. Pesatnya perkembangan dunia digitalisasi berimbas kepada dunia pemasaran yang semula konvensional menjadi digital. Strategi *digital marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan calon konsumen untuk memperoleh semua informasi mengenai produk yang diinginkan dan memudahkan pemilik perusahaan atau jasa memantau dan menyediakan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Fenomena digital mengakibatkan beberapa perusahaan semakin gencar dalam menerapkan digitalisasi sebagai alat manajemen yang membantu perusahaan untuk menjadi lebih agile dan responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Perusahaan roti yang berkembang saat ini telah mengubah cara berpromosi dari media cetak dan elektronik beralih ke digitalisasi salah satunya media sosial.

Digital Marketing atau biasa disebut pemasaran digital adalah suatu usaha atau metode untuk memasarkan sebuah merek atau produk dengan menggunakan media pendukung dalam bentuk digital (Dr. Musnaini, et

al., 2020). Adapun tujuan utama dari *digital marketing* ini ialah mempromosikan merek, membentuk preferensi, dan meningkatkan lalu lintas atau *traffic* penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital (Wati, et al., 2020). Dengan memanfaatkan pemasaran digital, penjual memiliki kemampuan untuk menjangkau dan terhubung secara efektif dengan audiens yang mereka inginkan, menyesuaikan pesan pemasaran agar selaras dengan preferensi dan kebutuhan konsumen.

Dari perspektif konsumen, pemasaran digital juga menjadi sarana yang memudahkan dalam mencari informasi produk (Irfani, et al., 2020), Dengan memanfaatkan kekuatan pemasaran digital, toko roti dapat mencapai pertumbuhan yang cepat dan berkelanjutan dalam lanskap bisnis yang sangat kompetitif. (Fanreza & Shilvana, 2021)

Ali'f Bakery & Cookies merupakan sebuah toko roti yang mulai beroperasi sejak tahun 2016 yang menjual beraneka jenis roti dengan produk utamanya yaitu chiffon. Kegiatan pemasaran di Alif's Bakery & Cookies menggunakan media *digital marketing* untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk Alif's Bakery & Cookies kepada masyarakat dan menjangkau target. Implementasi media digital yang digunakan untuk memasarkan produk yaitu dengan menggunakan *website* serta memanfaatkan *sosial media marketing* berupa aplikasi *Instagram*, *Facebok*, *Shopee*, dan *Tiktok*. Peneliti ingin tahu penerapan *digital marketing* pada Alif's Bakery & Cookies dalam

mempromosikan produknya, maka dapat dibuat laporan tugas akhir dengan judul “*Penerapan Digital Marketing Pada Alif’s Bakery & Cookies*”.

B. BATASAN MASALAH

Batasan masalah ditentukan agar laporan tugas akhir terjaga konsistensinya dan tidak menyimpang dari apa yang diharapkan, maka diperlukanya batasan yaitu *Digital Marketing* pada aplikasi media sosial berupa *Instagram, Facebook, Tiktok* yang diterapkan pada Alif’s Bakery & Cookies.

C. TUJUAN

Tujuan penulisan laporan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui penerapan *Digital Marketing* pada sosial media berupa aplikasi *facebook, Instagram* dan *Tiktok* di Alif’s Bakery & Cookies dan untuk mengetahui kendala dalam pelaksanaan strategi yang digunakan terdapat kendala.

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 bisa lebih dikembangkan lagi.

2. Bagi Penulis

Dalam menyusun laporan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, referensi, dan pengalaman di bidang pemasaran khususnya tentang strategi *digital marketing* pada Alif's Bakery & Cookies

3. Bagi Pembaca

Hasil laporan ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pembaca yang ingin membuat karya ilmiah khususnya di bidang pemasaran, serta sebagai tambahan pengetahuan yang berkaitan dengan strategi *digital marketing*.