

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Digital marketing merupakan hal yang sangat penting dalam membangun sebuah bisnis, terutama dalam hal penjualan dan pemasaran. Kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat, terutama internet, dapat berdampak negatif terhadap pertumbuhan *digital marketing*. Dengan berkembangnya teknologi internet, masyarakat kini dapat melakukan berbagai macam hal, seperti mencari informasi, menjual barang secara online, atau berbisnis secara online. *Digital marketing* kini berkembang dengan pesat. Hal ini disebabkan oleh penggunaan internet yang intens oleh para pemilik bisnis. Khususnya, hal ini digunakan untuk memasarkan produk dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Meningkatnya penggunaan pemasaran digital di Indonesia disebabkan oleh basis pengguna internet yang besar di negara ini. Hal ini membuat para pelaku bisnis lebih mampu memanfaatkan dalam memasarkan produk atau jasa.

Berkembangnya teknologi pada saat ini strategi pemasaran juga mulai berubah ke lebih moderen. Yang dulu menggunakan media promosi seperti surat kabar, majalah, televisi, dan radio, sekarang pemasaran dilakukan melalui teknologi internet, yang sekarang lebih dikenal dengan istilah *digital marketing*. Pemasaran *digital* memungkinkan bisnis untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu dengan menggunakan internet (Saputra, Rif'ah, & Ardiyanto, 2023). *Digital marketing* juga dapat didefinisikan sebagai strategi pemasaran yang

menggunakan internet untuk memanfaatkan teknologi secara *digital*. Tujuan dari pemasaran *digital* adalah untuk meningkatkan kesadaran dengan menghubungkan kita dengan orang-orang yang tertarik dengan apa yang kita tawarkan, seperti produk atau layanan. Pelaku bisnis dapat menggunakan media sosial dan juga media pemasaran digital untuk menjangkau pelanggan potensial. Tujuan dari media sosial adalah untuk membantu pelaku bisnis dalam memasarkan produk, memudahkan pelanggan untuk mengunjungi lokasi produk atau jasa, dan meningkatkan penjualan. Media sosial juga dapat membantu pemilik bisnis dalam meningkatkan penjualan sehingga pelanggan terdorong untuk melakukan pembelian. Media sosial yang digunakan oleh pelaku bisnis umumnya adalah Instagram dan TikTok, Salah satunya yang dilakukan oleh bisnis kuliner di Yogyakarta yakni Ayam Betutu Resto.

Ayam Betutu Resto Yogyakarta merupakan salah satu restoran tempat makan yang memiliki konsep bernuansa “Bali” yang berlokasi di Jl. Damai. Gang. Watugede No. 2, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. Strategi pemasaran yang dilakukan Ayam Betutu resto Yogyakarta adalah strategi *digital marketing*. Media sosial yang digunakan untuk memasarkan produk dengan menggunakan aplikasi Instagram dan TikTok. Namun strategi yang dilakukan Ayam Betutu Resto masih perlu dioptimalkan. khususnya dalam penggunaan Instagram dan TikTok. Maka dari itu penulis dapat membuat laporan tugas akhir dengan judul **“Strategi Digital Marketing Pada Bisnis Kuliner Ayam Betutu Resto Di Yogyakarta”**.

B. BATASAN MASALAH

Masalah yang dibahas dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah pengelolaan *digital marketing* pada Instagram dan TikTok pada Bisnis Kuliner Ayam Betutu Resto di Yogyakarta.

C. TUJUAN

Tugas akhir ini adalah untuk mengetahui penerapan *digital marketing* pada aplikasi Instagram dan TikTok di Kuliner Bisnis Ayam Betutu Resto di Yogyakarta dan untuk mengetahui secara khusus apakah strategi yang digunakan sudah optimal.

D. MANFAAT

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

a) Bagi Restoran

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

b) Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan tentang strategi *digital marketing* pada Bisnis Kuliner Ayam Betutu Resto di Yogyakarta.

c) Bagi STIM YKPN

Laporan Tugas Akhir ini dapat digunakan sebagai referensi dan informasi untuk selanjutnya,, khususnya di bidang pemasaran.

d) Bagi Pembaca

Laporan ini diharapkan mampu untuk menambah wawasan, serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk pembaca lebih lanjut, sehingga berguna untuk pengembangan ilmu, khususnya bidang pemasaran.