

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran

Menurut Kotler, pengertian pemasaran adalah aktivitas sosial dan sebuah pengaturan yang dilakukan oleh perorangan ataupun sekelompok orang dengan tujuan untuk mendapatkan tujuan mereka dengan jalan membuat produk dan menukarkannya dengan besaran nominal tertentu ke pihak lain (Wibowo, Manajemen Pemasaran Edisi 1, 2019).

Menurut Boyd, Walker, Larreche, Pemasaran adalah suatu proses analisis, perencanaan, implementasi, koordinasi dan pengendalian program pemasaran yang meliputi kebijakan produk, harga, promosi, dan distribusi dari produk, jasa, dan ide yang ditawarkan untuk menciptakan dan meningkatkan pertukaran manfaat dengan pasar sasaran dalam upaya pencapaian tujuan organisasi (Wibowo, Manajemen Pemasaran Edisi 1, 2019).

Sesuai dengan pengertian di atas, CV Sumber Baru Motor Cabang Mlati menerapkan pemasaran dengan menganalisis peluang pasar, membuat perencanaan pemasaran, dan melakukan pengendalian baik terhadap produk yang dijual maupun terhadap loyalitas setiap pelanggannya.

B. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut (Haque-Fawzi, 2022).

Menurut Bunyamin (2021), strategi pemasaran membantu perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis mereka. Dengan memahami strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat mengarahkan sumber daya dan upaya mereka secara efektif untuk meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kesadaran merek, atau mencapai tujuan bisnis lainnya. Strategi pemasaran yang baik memungkinkan perusahaan membedakan diri dari pesaing dan membangun keunggulan kompetitif. Memahami lingkungan pasar, perilaku konsumen, dan kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat mengembangkan proposisi nilai yang unik, menargetkan segmen pasar yang tepat, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mengatasi persaingan (Darsana & dkk, 2023)

Selaras dengan pengertian di atas, CV Sumber Baru Motor Cabang Mlati menerapkan strategi pemasaran seperti memperluas pangsa pasar dengan menjual produk dengan berbagai varian harga untuk menyasar konsumen di setiap segmennya. Lalu, meningkatkan kesadaran merek salah satunya aktif memposting konten melalui media sosial seperti tiktok. Dan

dengan melakukan pelayanan yang maksimal baik secara langsung maupun melalui media sosial seperti pada facebook, pada CV Sumber Baru Motor Cabang Mlati seluruh karyawan di posisi *marketing* dituntut untuk membalas pesan konsumen dengan cepat dan ramah, dengan begitu secara tidak langsung akan membentuk suatu strategi pemasaran dengan menggunakan *word of mouth* dimana pelanggan yang sudah merasa terlayani dengan puas akan memberikan rekomendasi kepada pelanggan lainnya.

1. Bauran Pemasaran

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, dalam buku Manajemen Pemasaran mendefinisikan bauran pemasaran sebagai serangkaian variabel pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikendalikan perusahaan, dari pasar sasarannya, bauran pemasaran terdiri atas segala hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya, yang dikenal dengan “empat P”, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*”. Bauran pemasaran adalah kumpulan faktor-faktor yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk membuat konsumen membeli produknya. (Amriani, Syam, & dkk, 2020). Komponen-komponen bauran pemasaran untuk jasa mencakup 4P yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*.

2. *Digital Marketing* melalui sosial media

Kegiatan pemasaran suatu produk atau jasa yang menggunakan sosial media sebagai media penyampaian dekskripsi suatu produk atau jasa adalah arti dari sosial media marketing. Sosial media marketing digunakan untuk mengenalkan produk atau jasa kepada masyarakat.

a) Instagram

Instagram menyediakan berbagai fitur yang dapat digunakan untuk meningkatkan engagement, seperti iklan, promosi, dan interaksi langsung dengan pengguna. Dengan menggunakan Instagram bisnis dapat meningkatkan brand awareness, memperluas jangkauan, dan meningkatkan penjualan secara efektif. Oleh karena itu, Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling efektif untuk strategi komunikasi pemasaran.

1) Konsisten mengunggah konten

Mengunggah konten secara konsisten, termasuk foto dan video tentang produk mereka serta aktivitas di. Konten ini bertujuan untuk menarik perhatian pengguna *Instagram* dan meningkatkan *engagement*.

2) Promosi dan penawaran

Mengadakan promosi dan penawaran khusus melalui Instagram. Penawaran ini dapat berupa diskon, paket khusus,

atau event khusus yang menarik minat pengguna.

3) Interaksi dengan pengguna

Aktif berinteraksi dengan pengguna Instagram melalui komentar, balasan, dan pertanyaan. Interaksi ini membantu dalam membangun hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas (Herlina, 2024).

b) *Facebook*

Facebook menawarkan berbagai fitur yang sangat berguna dalam *digital marketing*, memungkinkan pengguna untuk mempromosikan produk atau jasa dengan efektif. Berikut adalah beberapa fitur utama yang mendukung *digital marketing* di *facebook*:

1) *Ads Manager*

Fungsi dari *ads manager* adalah memungkinkan pengguna untuk mengelola dan mengukur performa iklan secara detail. Fitur ini memperbolehkan pengguna menampilkan iklan yang sudah dipasang, memeriksa kinerja individu iklan, serta melihat tren lainnya yang sedang viral.

2) *Facebook Business Manager*

Fungsi dari *facebook business manager* adalah untuk mengelola semua aktivitas pemasaran dan periklanan. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membuat iklan, mengelola

beberapa halaman Facebook dan Instagram, serta menyediakan data dan akses ke semua karyawan. Cocok untuk perusahaan besar dengan banyak karyawan.

3) *Custom Audiences*

Fungsi dari *custom audiences* adalah memungkinkan pengguna untuk menjalankan iklan untuk orang yang sudah diketahui sebelumnya. Cara kerjanya adalah dengan mengunggah file kontak melalui berbagai metode seperti alamat email atau nomor telepon, dan menampilkan iklan khusus untuk kelompok audiens yang sudah dipilih.

4) *Ad Creation Tool*

Fungsi dari *ad creation tool* adalah memberikan akses untuk pembuatan iklan yang mudah digunakan. Fitur ini menyediakan jutaan gambar berkualitas tinggi secara gratis, penempatan iklan, penargetan penonton, dan strategi penawaran untuk mendapatkan lebih banyak klik pada iklan yang dipasang.

5) *Facebook Ads*

Facebook ads adalah layanan iklan berbayar yang memungkinkan pengguna untuk menyiarkan iklan di *Facebook, Instagram, Messenger*, dan *Audience Network*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan target pasar,

format iklan, dan anggaran iklan secara spesifik. Hasilnya adalah iklan yang lebih tepat sasaran dan efektif dalam meningkatkan penjualan, branding, dan engagement.

6) *Facebook Marketplace*

Facebook marketplace merupakan *platform e-commerce* di dalam *facebook* yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual produk secara lokal. Fitur ini memudahkan transaksi antara pengguna di area tertentu, sehingga ideal untuk bisnis kecil dan medium.

c) Tiktok

Punya lebih dari 100 juta pengguna aktif di Indonesia membuat TikTok kini bukan hanya sekadar platform entertain semata, tapi juga dapat berperan sebagai media yang kuat untuk membangun branding dan memperluas bisnis. Banyak perusahaan mulai menyadari potensi besar dari TikTok sebagai bagian dari strategi digital marketing mereka, terutama dengan audiens yang sebagian besar berasal dari gen Z yang sangat aktif dan responsif terhadap konten kreatif.

1) Buat Konten Kreatif dan Menarik

Salah satu kunci kesuksesan di TikTok adalah konten yang kreatif dan menarik. Gunakan fitur-fitur kreatif TikTok seperti efek, filter, dan musik untuk membuat video yang unik dan

menarik perhatian pengguna. Pastikan kontenmu relevan dengan bisnismu agar dapat menarik minat target audiens.

2) Gunakan Hashtag yang Tepat

Hashtag adalah kunci untuk membuat kontenmu lebih mudah ditemukan oleh pengguna TikTok. Lakukan riset hashtag yang relevan dengan bisnismu dan gunakan dalam setiap video yang kamu unggah. Hal ini akan membantu meningkatkan jangkauan kontenmu di platform.

3) Lakukan Kolaborasi dengan Kreator TikTok

Kerjasama dengan kreator TikTok yang memiliki pengikut besar dapat membantu memperluas jangkauan bisnismu. Carilah kreator yang memiliki audiens yang sesuai dengan target marketmu, dan ajak mereka untuk membuat konten yang berhubungan dengan produk atau layanan yang kamu tawarkan (Cahyono, 2024).