

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Media Sosial yang semakin pesat, diikuti kebiasaan Masyarakat yang sudah mulai ter-edukasi untuk belanja online, Orang-Orang sudah mulai terbiasa belanja lewat *Marketplace*, maupun lewat *Direct Message* melalui WhatsApp atau Messenger.

Peluang Bisnis secara *Online* juga menjadi terbuka lebar. Banyak sekali strategi secara *online* yang sudah berkembang, diantaranya melalui Afiliasi, Iklan di Media Sosial contohnya Facebook, Google, dan yang terbaru ada Tiktok. Selain itu ada juga yang melakukan *Live Streaming*, Contohnya di Facebook dan Tiktok. bisa juga melalui *Marketplace* yang merupakan cara paling simpel dilakukan. Karena kami melihat banyak orang yang menggunakan media Iklan di Media Sosial, dimana dengan metode tersebut kita bisa menarget *budget marketing* yang kita keluarkan dan manajemennya dengan lebih baik dan cepat.

Ivsa Media Grup atau yang biasa di sebut Ivaamedia adalah salah satu UMKM yang berada di daerah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan beralamat di Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Ivas Media Grup bergerak pada bidang penjualan *online* yang memasarkan beberapa produk secara *online*,

*Marketing* melalui Iklan di *Online* dan *Offline* memiliki perbedaan yaitu jika melalui *offline* itu ibarat menebar Brosur ke semua orang, tidak peduli umur mereka, Minat atau *Interest*, *Habbit* atau kebiasaan target *market*. Namun Iklan secara *Online* bisa menargetkan Umur, *Gender*, *Habbit*, bahkan Minat Sekalipun, membuat Iklan semakin tertarget sehingga biaya iklan lebih efisien. Mengiklan di *Facebook ads*, di pelajari di mata kuliah *e-commerce*. keterkaitannya dengan dunia informatika sendiri ada banyak dimulai dari harus mengelola data *customer* yang sudah didapatkan, agar dapat berpeluang lebih besar lagi menjadi penjualan berikutnya. kemudian untuk mengelola stok produk dan sistem penjualan juga memerlukan sistem informatika.

Beriklan secara *online* merupakan bukan hal yang mudah dilakukan, pengeluaran yang harus dikeluarkan cukup besar untuk meriset pasar dan produk yang akan dijual. dari kerugian tersebut kami bisa membaca data iklan dan menganalisisnya kenapa iklan tidak efektif, dan biaya per pembelian bisa mahal.. Target PT IVAA MEDIA dalam jangka panjang yaitu membuat brand kami sendiri, karena sekarang masih melakukan penjualan *non-brand* dan juga menjual brand orang lain.

## 1.2 Solusi

Beberapa Solusi yang akan dibahas dalam Laporan ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Selain untuk menjual produk langsung ke *Customer End User*, melihat masih banyak UMKM yang masih belum melek akan teknologi dan perkembangan digital. PT IVAA MEDIA GRUP memiliki solusi untuk mengembangkan *marketing* secara *online* dan bisa memberi edukasi kepada UMKM lain bahwa penjualan tidak hanya bisa dilakukan secara *offline* tapi juga bisa dikembangkan melalui media digital atau *online*.

## 1.3 Produk dan Jasa

PT IVAA MEDIA GRUP bergerak dibidang jasa agency dan juga melakukan penjualan langsung ke *Customer End user*, PT IVAA Media Group membagi tiga bagian jasa yaitu

1. Branding

Membuat produk, mendaftarkannya ke HAKI dan BPOM, dan memasarkannya dengan menjaga dan membesarkan brand produk tersebut, itulah yang sedang di *develope* sekarang dan merupakan tujuan jangka Panjang kami.

## 2. Promosi/Iklan

Promosi atau Iklan ini yang kami sedang jalankan yaitu menjual produk ke *Customer* secara langsung menggunakan media *Facebook Ads*,

## 3. Konsultasi

PT IVAA MEDIA GRUP juga menerima konsultasi atau jasa mengiklan di *Facebook Ads*, karena sudah menjalankan usaha 2 tahun lebih, sudah tau mendalam mengenai beriklan di *Facebook Ads*, dan juga mampu menjalankan Iklan buat UMKM lain yang kesulitan untuk memulai beriklan di *Facebook Ads*.

