

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Seperti yang dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong (2008 :62) dalam bauran pemasaran setidaknya ada 4 (empat) cara yang harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha yang ingin menjadi pemenang pasar, keempat cara tersebut ialah produk dengan kualitas baik (product), harga bersaing di pasaran (price), promosi penjualan (promotion), dan yang terakhir adalah tempat atau saluran distribusi yang baik (place).

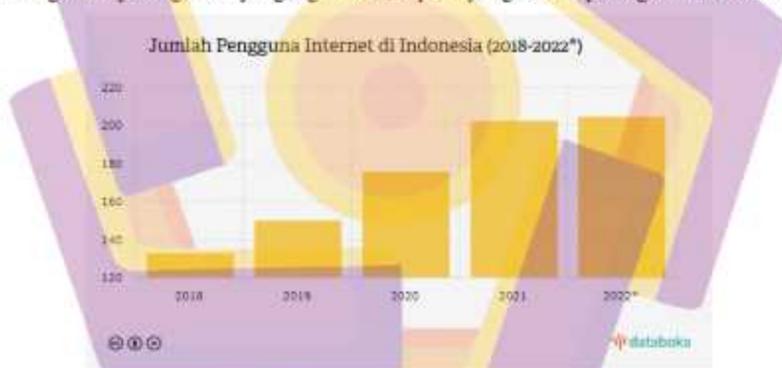
Pada era modern sekarang ini kebutuhan manusia sangat bertambah, mulai dari kebutuhan pokok sampai dengan kebutuhan yang bersifat pelengkap. Hal ini dipengaruhi oleh pesatnya pertumbuhan ekonomi dan teknologi. Dengan pesatnya pertumbuhan ekonomi akan berpengaruh pada pesatnya dunia usaha, terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan atau pelaku usaha yang menciptakan berbagai macam produk/barang memenuhi kebutuhan manusia yang semakin beragam. Keberagaman ini menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat ini akan berpengaruh pada meningkatnya daya beli masyarakat.

Meningkatnya daya beli masyarakat akan berpengaruh pada tingkat persaingan, khususnya pada bidang perdagangan. Salah satunya adalah meningkatnya persaingan pada usaha jual furniture bekas. Pada masa sekarang tidak sedikit masyarakat mempunyai keinginan membeli suatu barang dengan harga murah namun kualitas tetap terjaga. Dengan kecenderungan masyarakat mempunyai keinginan membeli suatu barang dengan harga murah namun kualitas terjaga dan sesuai harga, maka menuntut pelaku usaha furniture bekas untuk mengikuti kebutuhan masyarakat jaman sekarang. Selain itu pelaku usaha juga harus mampu berinovasi pada barang yang mereka jual. Semakin baik kualitas dan harga yang terjangkau, maka semakin banyak konsumen akan membeli barang tersebut, selain itu, pelaku usaha juga harus bisa membangun kepercayaan konsumen untuk selalu minat dengan barang yang mereka jual. Oleh karena itu diperlukan manajemen pemasaran yang baik agar bisa bersaing dengan pelaku usaha yang serupa.

Manajemen pemasaran merupakan proses penetapan tujuan-tujuan pemasaran bagi suatu organisasi (dengan menimbangkan sumber daya internal dan eksternal), perencanaan dan pelaksanaan aktivitas untuk memenuhi tujuan-tujuan tersebut dan mengukur tujuan kearah

pencapaiannya. Dengan menggunakan manajemen pemasaran ini seorang manajer pemasaran menganalisis serta menentukan strategi yang cocok untuk dijalankan pada saat ini sesuai dengan produk serta keadaan pasar yang berlaku saat ini, yaitu produk harga, tempat, promosi. Promosi merupakan cara yang dilakukan oleh produsen untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli atau memilih produk/barang yang dijual.

Menurut Mc Charey, promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi sangat penting dilakukan, karena untuk menyadarkan konsumen atas produk/barang yang dijual serta untuk menarik minat konsumen agar mau membeli produk/barang yang dijual. Dalam melakukan promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu dengan cara membuat papan pengumuman berupa banner atau menggunakan media masa, seperti whatsapp dan facebook. Perkembangan teknologi di Indonesia sangat pesat. Terbukti dengan semakin tinggi tingkat penggunaan teknologi seperti penggunaan internet. Penggunaan internet di Indonesia dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 mengalami peningkatan yang signifikan, seperti yang tertera pada grafik dibawah ini:



Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Indonesia 2018-2022

(Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>.)

Dari grafik diatas dapat ditunjukkan bahwa semakin lama pengguna internet semakin meningkat. Dengan diawali pada tahun 2018 sejumlah 130 juta pengguna dan pada tahun 2022 sejumlah 200 juta pengguna. Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh remaja dan dewasa. Terbukti pada grafik dibawah ini:

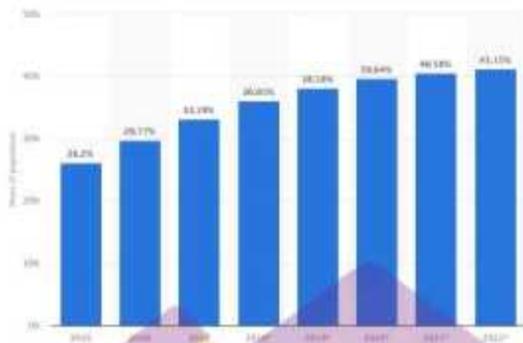


Gambar 1. 2 Grafik Penetrasi pengguna internet berdasarkan usia
 (Sumber : <https://sctara.net/penetrasi-pengguna-internet-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-milennial/>)

Kemudian dari grafik diatas dapat ditunjukkan bahwa pengguna internet mayoritas adalah remaja sejumlah 75% dari 100% keseluruhan pengguna internet dan dewasa sejumlah 74% dari 100% keseluruhan pengguna internet. Pengguna internet yang semakin meningkat memberikan kesempatan yang besar kepada pelaku usaha untuk memasarkan atau mempromosikan barang yang mereka jual, terutama promosi/pemasaran melalui media sosial online. Salah satu media sosial yang digunakan adalah facebook dan whatsapp. Facebook merupakan sebuah aplikasi berbagi berbagai macam informasi. Dengan menggunakan layanan tersebut pelaku usaha dapat dengan mudah mempromosikan barang yang dijual dengan fitur yang ada di dalam aplikasi facebook seperti di grup jual beli, sedangkan whatsapp merupakan suatu aplikasi yang bertujuan untuk media komunikasi dengan mudah dan efisien. Dengan menggunakan layanan whatsapp pelaku usaha dapat dengan mudah mengupload katalog barang yang tersedia, di story whatsapp dengan cepat dan mudah. Dengan ini konsumen dapat mengetahui barang-barang yang dijual oleh pelaku usaha. Dengan demikian kesempatan terjualnya suatu barang akan lebih meningkat dibanding kita berjualan melalui offline saja.

Dengan adanya pengguna facebook di Indonesia yang cukup banyak adalah peluang bagi Bintang Mulia Furniture untuk memasarkan barang dagangannya melalui facebook. Dengan data pengguna facebook di Indonesia sebagai berikut:

Facebook usage penetration in Indonesia from 2015 to 2022



Gambar 1. 3 Grafik facebook usage penetration in indonesia from 2015 to 2022
(Sumber: <https://fruitvlogic.com/blog/statistik-facebook/>)

Dari grafik diatas dapat ditunjukkan bahwa, pengguna facebook di Indonesia semakin meningkat dari tahun 2015 yaitu 26,2% sampai 2022 yaitu 41,15%.

Bintang Mulia Furniture adalah sebuah perusahaan/toko yang menjual kebutuhan manusia furniture bekas seperti, lemari bekas, kursi bekas, meja bekas, dan kebutuhan furniture lainnya. Bintang Mulia Furniture berlokasi di Desa Babadan, Kecamatan Limpung, Kabupaten Batang. pemilik bernama Donny Setyawan (28 tahun) membangun usaha tersebut sejak 2019. Memiliki sebanyak 7 karyawan.

Pelaku usaha dapat melakukan penjualan dimanapun dan kapanpun dengan sangat mudah. Melihat banyaknya promosi barang melalui facebook dan whatsapp, maka hal itu yang mendasari penulis tertarik untuk meneliti Bintang Mulia Furniture dengan judul: Strategi Komunikasi Bintang Mulia Furniture Menggunakan Media Sosial Whatsapp Dan Facebook Dalam Promosi Penjualan Furniture Bekas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan latar belakang penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi Bintang Mulia Furniture dalam promosi penjualan melalui whatsapp dan facebook

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Bintang Mulia Furniture dalam membuat konten iklan melalui whatsapp dan facebook.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya manfaat penelitian ini sebagai tolak ukur penjualan dan media promosi dari media sosial facebook dan whatsapp:

- Manfaat Praktis

1. Manfaat secara Internal

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pelaku usaha Bintang Mulia Furniture agar lebih mudah dalam mengenalkan furniture yang masih tersedia ditoko dan membuat transaksi barang jauh lebih praktis.

2. Manfaat secara Eksternal

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pembeli dalam bertransaksi lebih mudah dengan penjual tanpa harus datang ke toko secara langsung.

- Manfaat Akademis

1. Memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu komunikasi serta menjadi suatu referensi untuk bahan penelitian dikalangan mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta jurusan Ilmu Komunikasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk memberikan gambaran dan pemahaman kepada pembaca agar lebih jelas dalam memahami laporan. Penulisan laporan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan berbagai aspek mengenai latar belakang penelitian, yang disertai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan laporan yang menjadi dasar dari penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini menjelaskan bagian Landasan Teoritis/Konseptual dan Penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dibuat serta kajian teori yang terkait dengan hasil penelitian dan penyusunan laporan penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan bagian Metode penelitian menjelaskan tentang obyek dan subyek penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan bagian Analisis dan Pembahasan penelitian yang digambarkan secara umum.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan berupa jawaban dari rumusan masalah dan tujuan penelitian serta saran yang berisi kekurangan dari penelitian yang telah dilakukan untuk dijadikan acuan penelitian yang akan datang.