

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi memaksa setiap perusahaan untuk ikut berkembang dan mengembangkan strategi usahanya lebih baik lagi. ini memicu perkembangan teknologi dan membuat perusahaan untuk selalu berkembang menyesuaikan perkembangan yang ada demi mempertahankan pangsa pasarnya.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin cepat membuat dampak yang begitu besar dalam kehidupan manusia di semua bidang terutama dalam penerimaan informasi. Ini terlihat dari perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin aktif di dunia maya. Semua kemudahan yang didapat membawa pengaruh pada sikap dan perilaku masyarakat. Internet berperan sebagai sumber informasi yang jaringannya tersebar hingga ke seluruh dunia, sehingga memudahkan masyarakat untuk saling bertukar informasi. Melalui internet, kita mampu melakukan perluasan dari dunia nyata ke dunia maya. Dalam dunia maya, waktu jarak dan tempat tidak begitu penting dan relevan karena dunia maya mampus menghilangkan unsur tersebut.

Penggunaan internet oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia juga mendukung asumsi ini. Selain dengan adanya internet yang menjadi kebutuhan pokok, globalisasi menjadikan persaingan di dunia bisnis semakin ketat dan memaksa setiap perusahaan untuk membuat kemajuan dan perubahan. Salah satu kemajuan adalah merubah gaya pemasaran produk yang tradisional seperti

penggunaan banner dan baliho menjadi iklan online di dunia maya yang lebih tertarget dan fleksibel yang dimana menjadi bagian *e-business*.

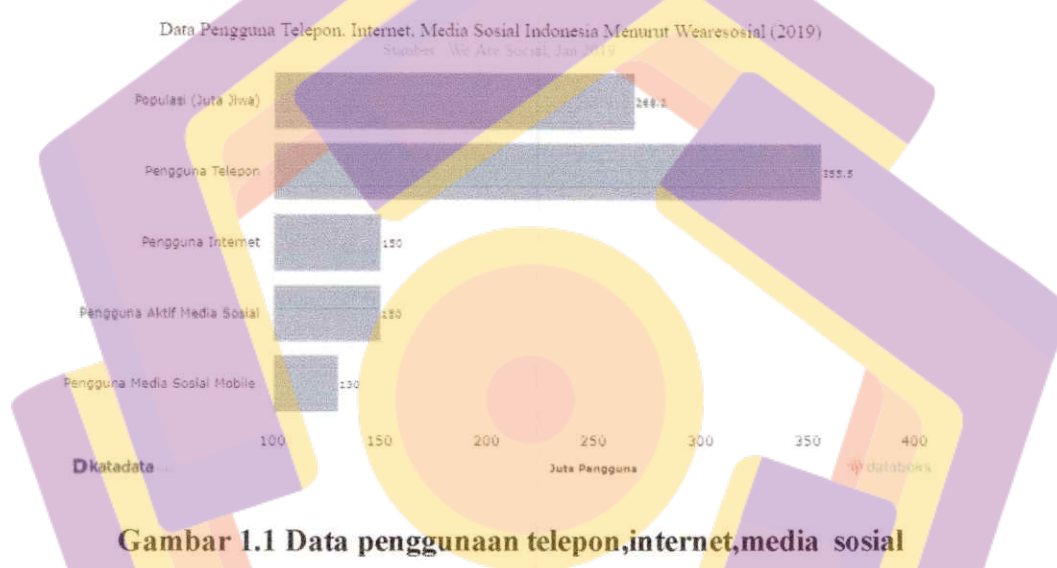
E-business memiliki sifat yang sama dengan bisnis dengan cara konvensional, hanya saja e-business memiliki jangkauan yang berbeda. Bisnis konvensional mengandalkan pertemuan antar pebisnis, atau sekadar untuk berkenalan dengan partner bisnis, sedangkan e-business mengandalkan media internet sebagai sarana untuk memperoleh tujuannya tersebut. Pemasaran dengan strategi promosi melalui internet khususnya dengan social media (facebook) dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk yang ingin mereka beli karena tidak perlu tatap muka secara langsung.

Media sosial menerima siapa saja yang tertarik untuk bergabung secara terbuka, berkomentar, serta membagi informasi yang tak terbatas waktu dan ruang. Michael Haenlein mengartikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan terbentuknya penciptaan dan pertukaran user-generated content.

Definisi *e-business* adalah sebuah pendekatan yang aman, fleksibel, dan terintegrasi untuk memberikan nilai bisnis yang berbeda dengan mengkombinasikan system dan proses yang menjalankan operasi bisnis utama dengan pemanfaatan teknologi internet (Christoper Stole, 2000). *E-business* memungkinkan suatu perusahaan untuk berhubungan dengan sistem pemrosesan

data internal dan eksternal secara lebih efisien dan fleksibel. Dari proses pemesanan, pemesanan hingga barang tersebut sampai ke *customer*

Berdasarkan data dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) Pengguna internet dan pengguna aktif media sosial di Indonesia sama banyak yang berarti setiap pengguna internet memiliki akun sosial media di dunia maya.



Dan menurut [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com) pengguna facebook aktif di Indonesia adalah 120 juta pengguna , yang berarti lebih dari 80% pengguna internet. Melihat banyaknya pengakses social media khususnya facebook di Indonesia bisa menjadi peluang bisnis yang baik, salah satunya sebagai media promosi .

Masando intitama sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penyedia *box* dan karton *sheet* yang selama ini memasarkan produk nya hanya dengan pemasaran konvensional yaitu mengunjungi perusahaan-perusahaan yang berpotensi menurut nya menggunakan produk *box* ataupun karton sebagai packaging nya secara *door-to-door* .

Masando intitama memiliki situs yaitu masandointitama.info sebagai media informasi dan pemasarannya, namun tidak maksimal karena tidak pernah menggunakan media sosial maupun iklan di media sosial dan tidak ada nya bagian yang melakukan pengembang web nya baik SEO dan sebagainya sehingga pengunjung situs nya masih terbilang sangat sedikit.

Sehingga ingin menggunakan facebook ads sebagai alternatif untuk menaikkan pengunjung website perusahaan.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dirumuskan permasalahan yang akan diuraikan solusinya yaitu:

1. Bagaimana pengaruh penggunaan facebook ads untuk meningkatkan pengunjung website masando intitama dengan analisis regresi *linear* berganda.
2. Bagaimana menerapkan penggunaan facebook ads sebagai media promosi untuk meningkatkan pengunjung website masando intitama.

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan digunakan untuk mempersempit pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian berfokus pada pengaruh penggunaan facebook ads dengan variabel yang telah di tentukan kepada jumlah pengunjung *website* setiap harinya.
2. Data yang digunakan sebagai pembanding adalah data pengunjung *website* pada waktu yang spesifik saat iklan di facebook digunakan.

3. Data yang digunakan untuk analisis dengan regresi linear berganda berdasarkan hasil penggunaan facebook ads.
4. Dasar pengambilan keputusan sebatas pada regresi *linear* berganda

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui efek penggunaan facebook ads sebagai media meningkatkan pengunjung *website* masando intitama.
2. Meningkatkan efektivitas *website* perusahaan sebagai media *marketing*.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan memahami cara mengimplementasikan facebook ads untuk meningkatkan pengunjung *website*.
2. Mengetahui pengaruh penggunaan facebook ads terhadap pengunjung *website*.
3. Sebagai referensi pembaca untuk menggunakan facebook ads
4. referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang facebook ads.

## 1.6 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode ini adalah bentuk penelitian yang dilakukan secara sistematis, terstruktur, serta terperinci. Pada pelaksanaannya, metode riset ini fokus pada penggunaan angka, tabel, grafik, dan diagram untuk menampilkan hasil data/informasi yang diperoleh.. Langkah-langkah yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

### 1.6.1 Metode Pengumpulan data

Pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh data-data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Metode Study Literatur

Mempelajari data-data dari jurnal, buku dan website yang berkaitan dengan judul skripsi yang akan diteliti.

2. Metode Pengamatan (Observasi).

Mengamati data pengunjung dari *website* masando intitama. Observasi adalah suatu proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis, logis, objektif dan rasional mengenai berbagai fenomena, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan untuk mencapai tujuan tertentu (Arifin, 2011).

3. Metode wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi peneliti dengan *owner* masando intitama.

## 1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda menggunakan aplikasi pengolah data SPSS karena metode ini yang dapat menunjukkan hasil dari dua variabel sekaligus terhadap variabel dependen.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini ditulis secara sistematis yang terdiri dari beberapa sub bab. Berikut uraian sistematika penulisan:

### 1.7.1 BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### 1.7.2 BAB II : Landasan Teori

Pada bab ini dijelaskan tentang teori, defenisi-defenisi, atau model yang berkaitan dengan ilmu dan masalah yang sedang diteliti.

### 1.7.3 BAB III : Analisis dan Perancangan

Pada bab ini akan mengimplemtasikan penggunaan *facebook ads* dan proses analisis data.

### 1.7.4 BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini akan membahas tentang hasil analisis data dengan regresi linear berganda menggunakan regresi linear berganda

### 1.7.5 BAB V : Penutup

Bab ini berisikan uraian kesimpulan dan saran dari perumusan masalah yang disampaikan.