

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat dari sektor perusahaan hingga usaha perorangan, sehingga para pelaku usaha dapat memanfaatkan digital marketing untuk menjual barang dagangannya hingga kancan nasional maupun internasional. Digital marketing adalah suatu bentuk usaha untuk melakukan promosi atau pemasaran sebuah merek (brand) dengan menggunakan media digital atau internet [1]. Dalam kegiatan bisnis, untuk meningkatkan daya saing usaha adalah dengan menyajikan produk dengan kualitas tinggi, harga yang terjangkau, serta dapat membuat promosi yang menarik bagi konsumen [2].

Dalam penelitian ini, studi kasus berfokus pada 87 motoshop, sebuah bisnis yang bergerak di bidang otomotif khususnya pada penjualan suku cadang dan aksesoris motor. Bisnis ini memanfaatkan berbagai media digital marketing, antara lain instagram, youtube, tiktok untuk konten visual dan promosi, shopee, tokopedia sebagai marketplace utama, serta website resmi 87 motoshop untuk meningkatkan kredibilitas dan memperkuat identitas brand. Pemanfaatan multi-platform ini selaras dengan temuan bahwa media sosial, marketplace, dan website dapat meningkatkan engagement dan keputusan melakukan pembelian UMKM di Indonesia [3].

Pemanfaatan digital marketing diterapkan oleh 87 Motoshop karena promosi secara langsung yang selama ini dilakukan masih terbatas pada lingkup sekitar bengkel. Kondisi tersebut menyebabkan produk dan layanan yang ditawarkan belum dikenal secara luas oleh masyarakat. Selain itu, metode pemasaran konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut membutuhkan waktu lebih lama untuk menarik perhatian. Alasan-alasan inilah yang mendorong 87 Motoshop menggunakan digital marketing sebagai langkah penting dalam memperkenalkan produk sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen.

Penerapan strategi digital marketing 87 Motoshop telah memberikan manfaat nyata dengan pemanfaatan marketplace yang mampu meningkatkan jumlah penjualan yang signifikan, karena produk dapat diakses oleh konsumen di berbagai wilayah di Indonesia. Sementara itu, melalui media sosial berhasil menumbuhkan engagement yang tinggi, yang terlihat dari meningkatnya jumlah pengikut, komentar, serta respon positif terhadap konten promosi. Website resmi juga berperan dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan, terutama dalam memberikan informasi produk dan memperkuat identitas brand.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diangkat yaitu pemanfaatan *digital marketing* dalam meningkatkan prospek bisnis otomotif 87 Motoshop.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Implementasi *digital marketing* yang berpengaruh pada penjualan produk otomotif 87 Motoshop.
2. Strategi *digital marketing* yang diterapkan oleh 87 Motoshop dalam memasarkan produknya.
3. Menganalisa kendala yang dihadapi 87 Motoshop dalam mengimplementasikan *digital marketing*

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis efektivitas pemanfaatan digital marketing sebagai media promosi dalam meningkatkan penjualan bisnis otomotif 87 Motoshop.

1.5 Profil

87 motoshop merupakan salah satu bisnis dengan jenis bidang usaha otomotif yang sudah sejak lama beradaptasi dengan penggunaan teknologi untuk mengatasi terkait permasalahan mengenai persaingan pasar dan perluasan peluang untuk mendapatkan konsumen secara global. 87 Motoshop menjalankan usaha atau bisnisnya terutama pada pemanfaatan digital marketing melalui media-media sosial misalnya Instagram (87_motoshop), youtube (87 garage), dan tiktok (87motoshop), selain itu, 87 motoshop membuat website e-commerce <https://87motoshop.my.id/>. Website tersebut bertujuan untuk memudahkan calon konsumen melihat barang yang dijual oleh 87 motoshop dan informasi lainnya. Calon konsumen juga dapat membaca apa saja keuntungan berbelanja di 87 motoshop misalnya calon konsumen dapat mengetahui bentuk produk, penilaian konsumen yang pernah berbelanja di 87 motoshop.

Meskipun 87 Motoshop memiliki website resmi untuk menampilkan produk dan informasi terkait, 87 Motoshop memilih untuk mengarahkan penjualan utama melalui marketplace Shopee karena beberapa alasan. Shopee merupakan pihak ketiga yang dapat menyediakan sistem transaksi jual beli yang aman dan terpercaya, memberikan perlindungan baik bagi penjual maupun pembeli dalam proses transaksi. Marketplace Shopee juga menyediakan jangkauan pasar yang lebih luas dan aksesibilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan website 87 Motoshop. Selain itu, menggunakan Shopee dapat mengurangi biaya operasional terkait dengan pemeliharaan website yang membutuhkan biaya yang cukup besar.

Keputusan ini terbukti efektif, berdasarkan data pendapatan 87 Motoshop yang menunjukkan hasil penjualan yang signifikan dari marketplace Shopee, seperti yang dapat dilihat pada link https://shopee.co.id/87_motoshop. Pernyataan tersebut juga ditunjang dengan data Marketplace, (2020) menyatakan bahwa, Shopee menjadi marketplace pilihan utama yang digunakan masyarakat Indonesia untuk berbelanja pada kuartal I tahun 2020 mulai dari awal Pandemi Covid-19. Dengan demikian, peran aplikasi digital marketing yang digunakan sebagai media promosi bisnis otomotif 87 motoshop dapat meningkatkan kesadaran merek,

menghemat biaya promosi dan waktu promosi, serta menciptakan peluang yang lebih besar dalam menarik konsumen secara global. Berikut merupakan profil bisnis pada kegiatan ini:

Tabel 1. 1 Profil Bisnis

Nama Usaha	87 Motoshop
Nama Pendiri Usaha	Alif Riko Aprilian
Legalitas	-
Link Akta Pendirian	-
Bidang Usaha	Otomotif
Tahun Berdiri	2019
No. Nomor Izin Berusaha (NIB)	12.494.053.7-542.000
Banyaknya karyawan	3
Besar Omset per Bulan	Rp.120.000.000,00
Besar Profit per Bulan	RP.30.000.000,00
Sumber Modal	Pribadi
Jumlah Downloader	-
Jumlah User Aktif	-
Jumlah pelanggan	1200 pelanggan / bulan
Mitra Bisnis	Mitra Kerjasama (Distributor Penyuplai Barang) • Xteamely • Mataram Sakti

	• Majapahit • Era Sehati Motor • San Motor • KTC Racing • Bintang Racing Team • Rekayasa Teknik Turi • MJ Teknik
Link Website Usaha Anda	https://87motoshop.my.id/
Link Sosial Media Usaha Anda	Instagram (87_motoshop) Tiktok (87motoshop) Youtube (87 garage)
Link Video Company Profile	https://drive.google.com/file/d/1Q6TYIOA8peX7x2p3RY3QsOtVA6uDCFob/view?usp=sharing
Struktur Organisasi	
Pitch Deck	

Foto Produk	 The image shows a disassembled motorcycle engine. At the top left is the 'MOTOSHOP' logo. To its right, a red banner reads 'Paket vario 200cc' and below it, 'Vario 150/125'. The engine components, including the cylinder head, piston, and crankshaft, are arranged in the center. The background is white with a red and yellow decorative border at the bottom.
Prestasi yang sudah pernah diraih	-