

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Risa Ratna Gumilang pada tahun 2019 dengan judul Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri menjelaskan bahwa bagaimana mengimplementasikan *digital marketing* dalam meningkatkan volume penjualan hasil industri rumahan. *Digital marketing* adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran moderen yaitu *digital marketing*. dengan *digital marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/*real time* dan bisa mengglobal atau mendunia. Dengan jumlah pengguna sosial media berbasis chat ini yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggam *smartphone*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan pemesanan dari para konsumen setelah menggunakan sosial media. Disamping itu komunikasi juga efektif dan efisien karena bisa langsung berkomunikasi dan hemat. Kemudian mereka juga bisa mengembangkan bisnisnya lebih besar karena dapat bertransaksi langsung dan pembayaran juga bisa ditransfer, maka dari itu volume penjualan akan menjadi meningkat. (Ratna Gumilang, 2019)

Boneka adalah salah satu mainan yang digemari oleh banyak anak-anak. Apalagi di zaman sekarang ini tidak hanya anak-anak yang gemar menyukai boneka, tetapi anak remaja maupun dewasa sangat gemar menyukai boneka mereka pun tidak enggan untuk membeli banyak boneka dan menjadikannya sebuah koleksi boneka

dirumahnya. Toko istana boneka adalah sebuah toko yang menyediakan berbagai macam boneka yang diinginkan. Permasalahan yang terjadi di toko ini adalah minimnya strategi pengembangan usaha. sistem pemasaran produk masih manual, masih mengandalkan media komunikasi interaksi secara langsung dengan konsumen dan masih berpusat pada lokasi tempat tertentu seperti datang langsung ke toko. Permasalahan lain calon pembeli seringkali kesulitan untuk mengakses berbagai kebutuhan informasi tentang produk, informasi tentang harga terbaru, serta media promosi.

Solusi dari permasalahan yang ada masih dibutuhkan strategi pemasaran *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan serta mempermudah proses promosi. Menurut (Chakti & Abadi, 2019) *digital marketing* ialah sebuah usaha dalam pemasaran menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan berbagai macam strategi dan media elektronik yang tujuannya agar dapat berkomunikasi secara daring dengan calon konsumen. Menurut (Karman et al., 2019) mengungkapkan pengertian yang sederhana dari android ialah sebuah *operating system* yang dibuat untuk perangkat *mobile* yang berbasis linux untuk *operating system, middleware*, dan aplikasi. Android sendiri bersifat *open source* untuk pengembangan pada perangkat *mobile*.

Dari permasalahan yang dialami diatas, penulis berkeinginan untuk meneliti permasalahan tersebut dan oleh karna itu, penulis tertarik untuk membahas permasalahannya. Maka penulis mengangkat topik penelitian dengan judul **“PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO ISTANA BONEKA DI KOTA PADANG BERBASIS ANDROID”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka dapat dirumuskan beberapa masalah, diantaranya :

1. Bagaimana aplikasi dapat membantu proses pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Toko Istana Boneka di Kota Padang?
2. Bagaimana aplikasi dapat membantu Toko Istana Boneka dalam mempromosikan produknya?
3. Bagaimana cara strategi pemasaran *digital marketing* pada Toko Istana Boneka di Kota Padang?

## 1.3 Hipotesa

Hipotesa merupakan jawaban ataupun dugaan sementara terhadap perumusan masalah yang ada. Pada sub bab ini penulis menguraikan dugaan sementara yang didapat sebagai berikut :

1. Dengan menggunakan aplikasi yang dibangun, diharapkan dapat membantu dalam memperbanyak pembeli boneka dan melihat hasil penjualan pada Toko Istana Boneka di Kota Padang.
2. Dengan menerapkan aplikasi, diharapkan dapat mempermudah pembeli dalam memesan boneka pada Toko Istana Boneka di Kota Padang.
3. Dengan menggunakan aplikasi yang dibangun, diharapkan dapat membantu strategi pemasaran *digital marketing* pada Toko Istana Boneka di Kota Padang.

## 1.4 Batasan Masalah

Agar penulisan penelitian ini lebih terarah dan permasalahan yang dihadapi tidak terlalu luas dan sesuai dengan tujuan penelitian maka akan ditetapkan batasan-

batasan masalah mengenai penelitian yang akan membahas tentang perancangan strategi pemasaran *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan pada Toko Istana Boneka di Kota Padang berbasis *android*.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan penulis berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas diantaranya yaitu :

1. Untuk meningkatkan penjualan pada Toko Istana Boneka di Kota Padang.
2. Untuk membantu mempermudah pihak toko dan konsumen dalam melakukan transaksi secara *efektif* dan *efisien*.
3. Untuk memudahkan pihak toko dalam melakukan promosi serta mempermudah memberikan informasi harga terbaru pada produknya.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan penulis sebagai berikut :

1. Dapat membantu memberikan kemudahan kepada pihak toko dan konsumen dalam melakukan transaksi.
2. Dapat membantu memudahkan pihak toko dalam melakukan promosi.
3. Dapat memudahkan pihak toko dalam mengetahui ketersediaan produknya.

### **1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.7.1 Sekilas tentang Toko Istana Boneka**

Toko Istana Boneka adalah toko yang berdiri sejak tahun 2015. Toko ini didirikan oleh Bapak Erik Guci yang berasal dari Batu Sangkar. Toko Istana Boneka menjual berbagai jenis boneka dengan grosiran dan eceran, toko ini menjual produk dari dalam negeri maupun luar negeri. Toko ini terletak di jalan Gajah Mada No. 43

Gunung Pangilun, kecamatan Padang Utara, Kota Padang, Sumatra Barat. Toko ini tidak memiliki struktur organisasi karena dikelola dengan sistem kekeluargaan.

### **1.7.2 Tugas dan Tanggung Jawab**

Adapun tugas dan tanggung jawab yang telah diberikan owner adalah :

1. Pengelola toko adalah Ilham Putra, beliau adalah adik kandung dari pemilik toko. Tugasnya adalah mengatur seluruh ketersediaan barang yang ada di toko dan mengelola hal-hal apa saja yang ada kaitanya dengan toko.
2. Bagian pemasaran adalah Rezi April Mayanti, beliau adalah istri dari Ilham Putra. Tugasnya adalah memasarkan dan mempromosikan produknya di media sosial.