

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi yang pesat membuat jumlah pengguna internet menjadi semakin tinggi. Menurut hasil Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia ([APJII](#)) mencatat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa, jika dibandingkan dengan periode sebelumnya, peningkatan penetrasi internet pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17%, ini diakibatkan dengan adanya pandemi Covid-19 pada tahun 2020 sehingga hampir semua perusahaan memberlakukan sistem kerja WFH (Work From Home) dalam (Yati, n.d., 2023). Dengan jumlah pengguna internet yang tinggi Indonesia menjadi pasar yang potensial untuk para pengusaha bisnis online. Pada daerah Jawa Barat pengguna internet meningkat menjadi 82,73 persen dari total jumlah penduduk. Dengan demikian meningkatnya penggunaan internet di Jawa Barat khususnya Kota Bandung menjadi potensi untuk para pengguna internet berbisnis online.

Tingginya penggunaan internet disertai dengan meningkatnya penggunaan media sosial yang merupakan *platform* yang sangat populer dan telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial dapat dikatakan sebagai salah satu sarana untuk memenuhi beragam kebutuhan manusia, mulai dari sarana komunikasi jarak jauh tanpa batasan ruang dan waktu, sarana pertukaran informasi

secara cepat, sarana hiburan, hingga menjadi sarana untuk melakukan aktivitas perdagangan barang maupun jasa. Dalam fungsinya menjadi sarana perdagangan, media sosial bisa digunakan untuk melakukan promosi yang baik agar para pelaku bisnis bisa menjangkau pasar yang lebih luas.

Strategi promosi menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Kegiatan memperkenalkan produk dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yang sudah ada yaitu Facebook, Twitter, Youtube, Instagram dan Tiktok. Media sosial yang paling sering digunakan untuk media promosi yaitu instagram. Menurut (Atmoko, 2012:10)

Instagram adalah sebuah aplikasi dari *smarthphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik, dan menjadi lebih bagus.

Instagram memiliki banyak fitur yang memudahkan para pelaku bisnis dalam mempromosikan produknya, seperti fitur *Hashtag*, *Reels*, *Instagram stories* maupun *Feeds*.

Banyaknya UMKM terutama dalam bidang *clothing*, menyebabkan ketatnya persaingan dibisnis lokal maupun global maka diperlukannya persaingan untuk menjadi yang terbaik yaitu keunggulan bersaing (*competitive advantage*) agar mampu memenangkan persaingan di jaman sekarang ini, oleh karena itu para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar atau pelanggan karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran (Kotler, 2004; Darma, 2018). Oleh karena itu para pelaku bisnis diharuskan terus

berinovasi dengan ide kreatif yang dimiliki untuk menciptakan produk baru yang mampu bersaing dan mengikuti kebutuhan pangsa pasarnya sehingga bisa menjadi *market leader*. Hal ini pastinya membutuhkan sarana yang memadai untuk memperkenalkan produknya agar informasi yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat luas.

Dengan memanfaatkan media sosial memberikan dampak positif yang cukup besar dalam pemasaran khususnya promosi. Salah satu media sosial yang paling diminati yaitu instagram karena dapat memaksimalkan penjualan dari suatu bisnis dengan memanfaatkan popularitas dan jumlah penggunanya untuk menarik para calon konsumen.

Demeter Project merupakan bisnis yang bergerak di bidang *fashion* dan memiliki konsep *modern metal*. Dengan konsep tersebut Demeter Project produknya bertemakan musik metal mulai dari kaos, celana, topi, jaket dan sandal. Demeter Project dalam produknya menggunakan bahan yang berkualitas dengan tujuan mengutamakan kualitas untuk konsumen, saat ini Demeter Project telah memiliki *offline store* yang terletak di The Hallway Space, Pasar Kosambi, Kota Bandung. Selain *offline store* Demeter Project memasarkan produknya melalui media sosial yaitu Tokopedia dan Instagram.

Table 1. 1
Data Omset Penjualan Demeter Project Periode 2023

No.	Bulan	Omset	
		<i>Offline Store</i>	<i>Online Store</i>
1	Januari	Rp 17.740.000	Rp 4.325.000
2	Februari	Rp 18.363.000	Rp 5.176.000
3	Maret	Rp 11.536.000	Rp 3.782.000
4	April	Rp 22.852.000	Rp 7.235.000
5	Mei	Rp 18.312.000	Rp 5.286.000

Sumber : Demeter Project 2023

Berdasarkan pra survey yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui adanya masalah yang dihadapi oleh Demeter Project Bandung yaitu penjualan yang dilakukan di *online store* tidak sebesar penjualan pada *offline store* dapat dilihat pada tabel 1.1 omset pada *offline store* lebih besar dibandingkan *online store* dan kurang efektifnya penggunaan media sosial instagram sebagai media promosi serta konten yang ditampilkan cenderung kurang kreatif, diduga disebabkan oleh *Digital Marketing* yang sudah dibuat oleh Demeter Project belum dilakukan secara optimal. Strategi yang sudah dilakukan itu tak lantas dari suatu tujuan yang sama yang dapat menghasilkan suatu kepuasan tersendiri.

Dalam menjual produk melalui Instagram, dibutuhkan *Digital Marketing* untuk membuat produk lebih menarik dan pemasaran pengenalan produk berupa iklan baik itu konten kreatif, edukatif dan variatif mengenai apa yang ingin di sampaikan kepada calon konsumen. Karena melakukan penjualan melalui media sosial Instagram ini, Demeter Project harus menggunakan *Digital Marketing* di Instagram sebagai media utama untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi *Digital Marketing* yang dilakukan oleh Demeter Project khususnya melalui media sosial Instagram. Melihat dari latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS *DIGITAL MARKETING* PADA *CLOTHING DEMETER PROJECT* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI BANDUNG”**.

1.2 Fokus Penelitian dan Perumusan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di halaman sebelumnya, adapun fokus penelitian ini yaitu **“*Bagaimana Digital Marketing Pada Clothing Demeter Project Melalui Media Sosial Berdasarkan Efektivitas Instagram Yang Meliputi AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)?*”**

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dihalaman sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gambaran umum dari Demeter Project di Bandung?
2. Bagaimana analisis *Digital Marketing* yang dilakukan oleh Demeter Project melalui media sosial instagram?
3. Bagaimana efektivitas media sosial Instagram sebagai media promosi yang meliputi AIDA?
4. Apa saja hambatan dan upaya dalam *Digital Marketing* yang dilakukan oleh Demeter Project melalui media sosial?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus masalah diatas sehingga peneliti mempunyai tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu untuk:

- 1) Mengetahui dan mendapat data mengenai gambaran umum Demeter Project di Bandung.
- 2) Mengetahui *Digital Marketing* yang dilakukan pihak Demeter Project melalui media sosial Instagram.
- 3) Mengetahui efektivitas media sosial Instagram sebagai media promosi yang meliputi AIDA.
- 4) Mengetahui hambatan dan upaya dalam *Digital Marketing* yang dilakukan oleh Demeter Project melalui media sosial Instagram.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

A. Aspek Praktis

Bagi peneliti hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan pertimbangan khususnya untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik kepada Demeter Project yang mana dapat bermanfaat untuk meningkatkan strategi bisnis dalam menghadapi persaingan dalam dunia bisnis.

B. Aspek Teoritis

- A. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi yang berkaitan dengan pendidikan ataupun referensi dan pengetahuan bagi peneliti yang melakukan pengembangan penelitian selanjutnya.
- B. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi penambah pengetahuan dan wawasan bagi kajian Ilmu Administrasi Bisnis didalam penerapan teori – teori oleh peneliti selama masa pendidikan.

1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Penyusunan laporan Tugas Akhir ini dilakukan di Demeter Project yang beralamat di The Hallway Space, Pasar Kosambi, Kota Bandung, Jawa Barat.

1.4.2 Lamanya Penelitian

Waktu dalam melakukan penelitian pada Demeter Project ini selama 6 bulan terhitung mulai dari tanggal 13 Januari 2023 sampai dengan 25 Juni 2023.

