BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Internet merupakan media teknologi komunikasi yang sangat penting dalam kehidupan manusia saat ini. *Internet* mempunyai kekuatan untuk memperluas jaringan dan interaksi antar manusia melalui media. Teknologi *internet* telah memperluas cakupan komunikasi terhadap kehidupan manusia. Seperti yang kita ketahui bahwa saat ini teknologi *internet* telah memperluaskan jangkauan komunikasi manusia dan kemudahan dalam akses *internet* telah menjadikan komunikasi sebagai media atau alat komunikasi yang tidak dapat tergantikan. Selain itu, *internet* telah menjadi kumpulan jaringan yang memiliki skala global. Di masa awal, penggunaannya terbatas pada ranah militer. Namun, seiring perkembangan zaman, *internet* telah menjelma menjadi alat yang mudah diakses dan dimanfaatkan oleh masyarakat luas (Akmala 2019).

Perkembangan *internet* pun telah mempengaruhi perkembangan ekonomi saat ini, berbagai transaksi jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan dengan cara langsung (*face to face),* kini jauh lebih mudah dikarenakan dilakukan melalui internet. Perkembangan teknologi semakin memperluas perdagangan seolah-olah perdagangan menjadi tanpa batas ruang dan waktu. Hal ini, menyebabkan semakin tinggi pula persaingan yang harus dihadapi oleh semua pihak, terutama pihak perusahaan selaku produsen.

Perusahaan perlu menyusun strategi pemasaran yang cerdas terhadap produk dan jasanya agar menjadi pilihan utama calon konsumen. Memahami situasi pasar dan mengembangkan strategi pasar yang tepat akan membantu perusahaan

memenangkan persaingan pasar, salah satu strategi yang diterapkan adalah periklanan. Merupakan salah satu unsur bauran pemasaran, yaitu komunikasi antara produsen dan calon konsumen.

Kontribusi perkembangan teknologi *internet* dalam konteks ekonomi global yang berkembang saat ini diantaranya adalah penerapan internet sebagai media komunikasi maupun media pemasaran dan transaksi perdagangan. Mudahnya memasarkan produk melalui *internet*, serta banyaknya manfaat yang diberikan *internet* seperti, jangkauan pasar yang lebih luas, minimnya biaya yang dikeluarkan, dan beroperasinya *internet* 24 jam, sangat membantu pelaku bisnis untuk meningkatkan penjualannya. Ahli pemasaran (Kertajaya, 2013) berpendapat bahwa pengusaha yang tidak mempromosikan produknya melalui *internet* akan merugi dan tergeser seiring berjalannya waktu karena menurutnya melakukan komunikasi pemasaran melalui *internet* sangatlah efektif. Aktivitas memasarkan barang atau jasa dalam dunia *internet* disebut *Internet Marketing.* Internet memberikan banyak manfaat bagi pemasaran, salah satu adalah efisiensi biaya dan waktu dalam distribusi informasi dan produk atau jasa dengan jangkauan konsumen yang lebih luas.

Internet marketing merupakan bentuk usaha baru dalam memperkenalkan dan memasarkan produk maupun jasa serta membangun komunikasi dengan konsumen melalui *internet*. *Internet* sudah mengubah wajah dunia hingga saat ini, terutama dalam dunia bisnis, *internet* berkembang dengan cepat dan menjadi bagian paling penting dalam kehidupan bermasyarakat. Pada perkembangan komunikasi pemasaran, *Internet Marketing* merupakan sarana yang saat ini sedang marak dibicarakan dan digunakan di seluruh penjuru dunia. Banyak pelaku bisnis mulai mengembangkan usaha-usaha yang dulunya dikelola secara *Offline* kini mulai ke

arah *Online,* salah satunya dengan memanfaatkan website sebagai sarana memasarkan dan memperkenalkan produk atau jasa kepada para konsumen yang biasa disebut Media *Marketing.*

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan platform *online* untuk mempromosikan produk atau layanan kepada *audiens* target. Secara garis besar, strategi ini melibatkan penggunaan berbagai *channel digital* seperti mesin pencari (*Google*), media sosial (seperti *TikTok, Facebook, Instagram*), *email, situs web*, dan aplikasi *mobile.*

Digital marketing memungkinkan bisnis untuk mengumpulkan data terperinci terkait perilaku dan preferensi konsumen, yang memfasilitasi strategi pemasaran secara lebih personal dan tertarget. Tentunya startegi ini penting dalam era teknologi informasi seperti sekarang ini yang memberikan akses *digital marketing* mampu memberikan metode yang efisien dan efektif untuk berkomunikasi dengan konsumen sambil membangun brand awareness dan meningkatkan penjualan.

Website adalah salah satu platform yang bisa diperuntukkan untuk pemasaran. Menggunakan website untuk memperkenalkan sekaligus memasarkan suatu produk maupun jasa, brand atau isu dengan memanfaatkan khalayak yang berpartisipasi dalam website tersebut. Website saat ini telah menjadi platform yang kerap digunakan konsumen ketika untuk mencari info lengkap terkait produk atau jasa apa yang sesuai dan diharapkan oleh para calon konsumen (Abas 2021). Website menjadi wadah yang tepat untuk memperkenalkan sekaligus memasarkan produk atau jasa kepada konsumen saat ini website juga memungkinkan para pelaku usaha atau pasar untuk memberikan informasi secara lebih detail terkait produk atau jasa kepada konsumen. Website memberi identitas kepada brand atau

merek yang dipasarkan serta membantu dalam menyebarkan informasi terkait produk atau layanan jasa secara komunikatif dan detail.

Website adalah kumpulan halaman situs yang terdapat dalam sebuah domain atau subdomain pada jaringan *World Wide Web* (WWW) di *internet*. Diera *digital* saat ini, *internet* merupakan salah satu sarana yang banyak digunakan untuk memudahkan berbagai kegiatan salah satunya adalah pemasaran. Setiap orang dapat mengakses informasi terbaru dari manapun melalui website dengan menggunakan berbagai perangkat mulai *smartphone*, tablet, laptop hingga PC hanya dengan menggunakan koneksi *internet*. Website merupakan salah satu platform yang paling sering diakses untuk mencari berbagai informasi dan sarana komunikasi. Terlebih saat ini sudah banyak aplikasi dan tutorial untuk mengetahui tata cara pembuatan website, hingga memudahkan masyarakat untuk membuat website dan hingga saat ini jumlah website selalu meningkat di Indonesia (Costa 2022). Menurut Azis Sholechul (Arya, Christina, 2023) website adalah informasi yang disediakan melalui jalur *internet* sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan *internet*. Website juga merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara, dan animasi sehingga menarik untuk dikunjungi. Selain itu, menurut Yeni Susilowati (2019) website adalah sejumlah halaman web yang memiliki topic saling terkait antar satu halaman dan halaman lainnya, yang biasanya ditempatkan pada sebuah *server web* yang dapat diakses melalui jaringan dan koneksi *internet*.

Website sering kali digunakan sebagai media pemasaran. Situs web memungkinkan operator ekonomi dan bisnis untuk memberikan informasi rinci kepada calon konsumen tentang produk dan layanan yang ditawarkan. Website juga sering dijadikan bahan referensi untuk memperkenalkan bisnis dan *brand* kepada

konsumen. Ini biasa disebut dengan profil perusahaan. Hadirnya beragam informasi yang dapat diakses dalam website ini, tentunya akan menyebabkan seseorang lebih mudah menemukan produk atau jasa yang diinginkan. Selain itu, *company profile* yang ditampilkan tentunya akan dapat meyakinkan para konsumen untuk menggunakan produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan maupun sebuah merek.

CV. Multiguna Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak di beberapa bidang penyediaan salah satunya adalah Penerangan Jalan Umum Tenaga Surya. Penyediaan jasa penerangan jalan umum tenaga surya (PJUTS) menawarkan solusi penerangan yang ramah lingkungan dan hemat energi untuk berbagai area, baik di perkotaan maupun pedesaan. Penerangan jalan umum tenaga surya adalah solusi yang efektif dan efisien untuk menerangi jalanan dan area publik lainnya. Penyediaan layanan yang ditawarkan oleh CV. Multiguna Mandiri meliputi layanan pra pemasangan, layanan pemasangan, dan layanan pasca pemasangan.

CV. Multiguna Mandiri sudah berdiri sejak tahun 2011 dan telah membantu banyak perusahaan besar guna melancarkan usaha mereka. Salah satu partner bisnis dari CV. Multiguna Mandiri adalah PT XL Axiata, TBk. Ini membuktikan bahwasanya jangkauan CV. Multiguna Mandiri sudah sangat meyakinkan bagi para calon konsumen atau *customer* untuk menggunakan jasa dari CV. Multiguna Mandiri. Dalam usaha untuk menjangkau lebih banyak calon konsumen, CV. Multiguna Mandiri dinilai perlu melakukan pemasaran secara efektif yang dapat memudahkan untuk calon konsumen mendapatkan informasi mengenai penyediaan Penerangan Jalan Umum Tenaga Surya.

Analisis data observasi menunjukkan bahwa jangkauan pemasaran CV. Multiguna Mandiri saat ini masih terkonsentrasi di wilayah Luwu Timur. Pembuatan

media marketing website diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar CV. Multiguna Mandiri ke wilayah yang lebih luas, pemanfaatan media *digital* seperti website marketing dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan perusahaan. Dengan jangkauan pasar yang lebih luas, CV. Multiguna Mandiri berpotensi untuk meningkatkan penjualan dan keuntungannya, berikut data hasil observasi.

Tabel 1
Data Pelanggan Pengguna CV Multiguna Mandiri

No	Nama Desa	Kecamatan
1	Bali Rejo Angkona	Angkona
2	Solo Angkona	Angkona
3	Lamaeto Angkona	Angkona
4	Taripa Angkona	Angkona
5	Pongkeru Malili	Malili
6	Harapan Malili	Malili
7	Balantang Malili	Malili
8	Baruga Malili	Malili
9	Soroako Nuha	Nuha
10	Nuha Nuha	Nuha
11	Lera Wotu	Wotu
12	Pekoaloa Towuti	Towuti
13	Wewengriu Malili	Malili
14	Mahalona Towuti	Towuti
15	Timampu Towuti	Towuti
16	Libukang Towuti	Towuti
17	Matompi Towuti	Towuti
18	Lumbewe Burau	Burau
19	Asuli Towuti	Towuti
20	Kalosi	Towuti
21	Lewonu	Burau

22	Loeha	Towuti
23	Rante Angin	Towuti
24	Balambano	Wasuponda
25	Balo Balo	Wotu
26	Puncak Indah	Malili
27	Matandulu	Angkona
28	Tawakua	Angkona

Sumber: CV Multiguna Mandiri, 2024

Dari hasil pengamatan sementara peneliti di temukan bahwasanya CV. Multiguna Mandiri ini telah memiliki website yaitu Multiguna.com yang menurut penelti masih kurang informatif dan minim interaksi yang bisa dilakukan oleh pihak CV. Multiguna Mandiri dengan calon konsumen, serta minim informasi terkait jenis layanan yang tersedia pada website dari CV. Multiguna Mandiri. Terkait hal ini peneliti membatasi layanan yang dibahas pada penelitian ini yang berfokus pada Pelayanan Jasa Penerangan Lampu Jalan Umum Tenaga Surya (PJUTS) selanjutnya, dari hasil pengamatan sementara penelitian ini juga mendapatkan bahwasanya saat ini sistem *marketing* yang dilakukan oleh CV Multiguna Mandiri masih sangat minim, dilihat dari website serta beberapa media sosial yang dimiliki terkait produk layanan yang ditawarkan sangat minim informasi dan jarang melakukan penyebaran informasi (promosi).

Sehubung dengan hasil pengamatan sementara dan hasil pra penelitian pihak CV. Multiguna Mandiri mengarahkan peneliti untuk melakukan pengembangan dan perubahan terkait website yang telah dan digunakan oleh CV. Multiguna Mandiri. Terkait itu peneliti selanjutnya menyusun judul skripsi yang berjudul "**Analisis Penggunaan *Digital Marketing* Pada CV. Multiguna Mandiri".** Diharapkan dari

hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini dapat berguna bagi CV. Multiguna Mandiri guna dan para konsumen yang akan menggunakan produk dan jasa dari CV. Multiguna Mandiri

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka peneliti merumuskan beberapa masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *digital marketing* digunakan di CV. Multiguna Mandiri?
2. Bagaimana penggunaan *digital marketing* yang mempunyai daya tarik calon konsumen untuk menggunakan produk dan jasa Penerangan Jalan Umum Tenaga Surya (PJU-TS) dari CV. Multiguna Mandiri?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui dampak dari penggunaan *digital marketing* yang akan dilaksanakan oleh CV. Multiguna Mandiri
2. Mengetahui dampak *digital marketing* sebagai daya tarik bagi konsumen terhadap produk dan jasa Penerangan Jalan Umum Tenaga Surya (PJU-TS) yang ada pada CV. Multiguna Mandiri.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya tujuan penelitian yang telah diuraikan peneliti diatas, maka peneliti juga tentunya memiliki pandangan mengenai manfaat yang akan dicapai dari penelitian ini. Manfaat dan kegunaan dari penelitian yang ingin peneliti dapatkan adalah:

1. Manfaat Teoritis

a. Sebagai media pembelajaran metode penelitian hukum sehingga dapat menunjang kemampuan atau wawasan mahasiswa secara individu dalam berkehidupan masyarakat, berbangsa dan tentunya bernegara.

b. Meningkatkan pengetahuan dan ilmu bagi masyarakat dan bagi peneliti terkait pelayanan perizinan berusaha.

c. Sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lainnya tentang media marketing,

d. Dapat dijadikan referensi untuk teman-teman peneliti lainnya.

2. Secara Praktis

a. Bagi CV. Multiguna Mandiri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan atau gambaran kepada CV. Multiguna Mandiri agar dapat menjalankan apa yang telah dibangun dan diciptakan oleh peneliti.

b. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan pembelajaran atau edukasi tentang *digital marketing* dan efektifitasnya melakukan penyebaran informasi terkait produk dan jasa yang tersedia pada CV. Multiguna Mandiri.