

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam melakukan suatu bisnis jelas diperlukan adanya strategi pemasaran yang baik guna menarik konsumen untuk menentukan keinginannya dan membeli suatu produk. Yang bertujuan agar suatu bisnis dapat tetap hidup bahkan berkembang dengan baik dan sukses. Banyak sekali toko-toko, *café*, atau bisnis lain dimana dulunya sempat *trend* dan sekarang tidak terdengar lagi bahkan sampai *close* karna banyaknya pesaing competitor yang menerapkan strategi marketing yang lebih baik. Maka begitu penting untuk memahami berbagai bentuk strategi pemasaran pada bisnis.

Strategi pemasaran bisnis sebagai suatu tindakan terukur yang dimaksudkan untuk mengenal produk bisnis atau perusahaan terhadap masyarakat luas. Strategi ini sebagai kumpulan langkah-langkah bisnis yang sudah dikombinasikan baik pada level pengenalan produk hingga membuat konsumen melakukan transaksi atau pembelian. Strategi pemasaran memastikan bahwa pembeli mengenali produk yang ditawarkan, memeriksa dan mengulangi aktivitas pembelian produk. strategi pemasaran yang komprehensif meliputi 4P, yaitu: *Product, Price, Place, People* dan *Promotion*. Strategi pemasaran yang ideal meliputi proses pengenalan produk kepada konsumen yang bertujuan agar mereka tertarik dengan produk tersebut sehingga terjadi konversi dimana produk tersebut dijual. Jika strategi ini dirumuskan dengan benar, produsen akan dapat menilai hasil kerja mereka dengan membandingkan apa yang mereka dapatkan dengan target yang terdapat dalam strategi pemasaran. Dalam hal ini, rencana bisnis yang telah

disepakati juga dapat digunakan untuk menentukan apakah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sudah sejalan. atau belum. Rencana kerja ini dapat digunakan untuk membalikkan langkah-langkah yang menyimpang dari tujuan melakukan strategi pemasaran. Salah satu bentuk strategi pemasaran adalah dengan adanya tindakan promosi, bentuk promosi yang sekarang sering digunakan adalah paid promote. Promosi berbayar sebagai layanan promosi berbayar menggunakan platform media sosial yang menggunakan akun seseorang atau sekelompok orang. Melalui media sosial, promosi berbayar Instagram dapat memberikan efek yang baik pada bidang bisnis.

Paid promote atau biasa disebut PP dalam dunia bisnis online atau yang lebih dikenal hard selling promote adalah promosi berbayar atau iklan berbayar dimana online shop penyedia produk akan di iklankan diintagram pihak yang bersangkutan seperti selebgram atau influencer. Sistem paid promote yaitu materi iklan disediakan oleh pemilik online shop yang ingin mengiklankan produk atau hanya menyiapkan materi posting tanpa perlu mengirimkan produk kepada pihak yang bersangkutan. Materi yang dimaksud disini adalah materi foto, *editing*, dan materi *caption*. kini sedang *trend* kegiatan paid promote dilakukan oleh para penjual produk online salah satu contohnya yaitu pedagang pakaian bekas online atau biasa disebut thrift shop.

Di Negara Indonesia menguntungkan bagi para pedagang pakaian bekas mencapai hingga triliunan karena banyaknya barang bekas import yang masuk kedalam negeri. Pakaian illegal ekspor – impor itu disinyalir mampu membantu industri sandang tanah air. Pakaian Impor terdiri dari dua jenis, diantaranya adalah barang impor illegal yang baru dan yang kedua

barang impor ilegal yang bekas. Konsumsi pakaian bekas di Indonesia di 2018 saja mencapai 5 miliar rupiah. (sumber : kemenperin.go.id)

Keberadaan bisnis menjual baju bekas masih dianggap menarik dan menguntungkan, terutama baju bekas impor karena penjual setiap bulannya dapat memperoleh keuntungan mencapai Rp. 25 juta. Walaupun sebenarnya keberadaan baju bekas dilarang oleh pemerintah dan Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) karena mengakibatkan industri dalam negeri mengalami kerugian, juga karena adanya ancaman penyakit menular dari pakaian bekas tersebut. Salah satu produk fashion yang di gandrungi anak muda saat ini adalah produk pakaian vintage dan preloved juga dinilai memiliki harga yang ramah dikantong anak muda. Kegiatan membeli produk vintage dan preloved kini trend dikalangan anak muda dengan sebutan *thrifting*. *Thrifting* merupakan kegiatan transaksi barang secara baik dan efisien.

Thrifting juga dikenal sebagai kegiatan membeli barang bekas. Dalam penerepannya *thrifting* identik dengan kegiatan jual beli yang biasa dilakukan antar penjual dan pembeli produk pakaian dengan harga yang sangat terjangkau. Tak heran *thrift shop* diseluruh penjuru nusantara, dalam melakukan promosi memanfaatkan media sosial akun instagram dan segala fasilitas tokonya untuk menarik hati pelanggan. *Brandablestuff* sebagai salah satu produk *thrifting* online, sudah professional dalam menjalankan bisnis online, ketika berjualan bomber pun omset terbesar adalah pada sosial media. Ketika berjualan menjadi jaket sweater, *Brandablestuff* sudah sangat memahami apa saja yang harus dilakukan melalui media sosialnya.

Di era digital 4.0 kini telah marak penjualan lewat media sosial yaitu aplikasi instagram. Untuk melakukan pemasaran diaplikasi instagram dapat dilakukannya promosi dari individu ke individu lainnya. Kini instagram sangat sering digunakan dan menjadi salah satu media sosial yang umum dan populer bagi kalangan setiap orang khususnya di kalangan milenial. Sebagai contoh Brandablestuff menjadi salah satu pengguna media sosial instagram untuk melakukan penjualan produknya. baru-baru ini instagram mengeluarkan tempat khusus berjualan yaitu market place dan akun instagtam khusus bisnis.instagram juga bisa diakses oleh kalangan orang biasa yang tidak melakukan bisnis, mereka tersebut dijadikan objek untuk para penjual bisnis online. alasan instagram dijadikan objek penjualan karna lebih mudah diperoleh dan dilihat oleh semua orang pengguna aplikasi tersebut dan banyak para influencer yang membantu suatu bisnis online untuk mempromosikanya dengan cara memposting produk atau dengan cara membuat stori atas bisnis tersebut, biasanya para influencer mempunyai pengikut atau followers yang banyak hingga lebih banyak orang yang melihat produk yang di jual, umumnya para influencer pun mentarif atas jasa yang mereka lakukan dengan rate tertentu.

Dari fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran terhadap penjualan bisnis online thrifting Brandablestuff melalu media sosial instagram. Proses penjualan sangat di pengaruhi karna adanya kualitas strategi pemasaran paid promote yang baik. Semakin terarah pada jalur yang benar, semakin berkembang pula bisnis online thrift shop tersebut. Meningkatnya penjualan bisnis online adalah harapan bagi setiap

produsen yang menjalaninya Hal yang mendasari peneliti melakukan penelitian tentang fenomena Ini adalah sebagai berikut :

- 1) bisnis thrift shop di Indonesia belakangan ini telah menjadi bisnis yang menjanjikan dan banyak bermunculan brand-brand thrift shop dengan konsep yang unik namun konsisten dengan setiap system pemasarannya dan sangat banyak peminatnya yaitu para anak muda.
- 2) Brandablestuff merupakan salah satu thrift shop yang sangat terkenal dan selalu banyak diskon atau promo disetiap penjualannya, namun namanya tidak pernah padam dikota Bandung bahkan sampai namanya terdengar ke luar kota. Banyak orang yang memborong barang – barang dari produk thrift Brandablestuff karna selalu konsisten dan terpercaya.
- 3) media sosial instargram yang digunakan untuk promosi produk brandable selalu stabil dan ramai dijumpai oleh para pengguna instagram dan followers selalu bertambah.

Demikian beberapa realita lapangan yang dapat peneliti paparkan sebagai pijakan awal mengapa peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil penelitian di Pasar Cimol Gedebage sebuah perkumpulan semua toko barang bekas yang berada di Bandung. Karena peneliti ingin mengetahui strategi pemasaran bisnis online barang bekas thrifting melalui media sosial instagram.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka fokus penelitian ini adalah : Analisis Strategi Pemasaran Digital Pada Produk Thrifting Brandablestuff Melalui Media Sosial Instagram.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian di atas, peneliti kemudian membuat rumusan masalah sebagai berikut, yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran terhadap penjualan bisnis online thrifting brandablestuff ?
2. Apa media yang digunakan pada penjualan bisnis produk thrifting online brandablestuff ?
3. Apa *effect* yang didapat dalam implementasi strategi pemasaran produk online *thrifting* brandablestuff ?

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas, dapat diketahui tujuan penelitian yakni sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pemasaran terhadap penjualan produk online thrifting brandablestuff.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan media yang digunakan oleh brandablestuff dalam melakukan strategi pemasarannya
3. Untuk mengetahui effect yang diimplementasikan pada penjualan produk thrifting brandablestuff.

1.5 Kegunaan penelitian

1.5.1 Kegunaan teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ide dan memberikan referensi bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang administrasi bisnis yaitu strategi pemasaran bisnis.

1.5.2 Kegunaan praktis

1.5.2.1 Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman sehingga diperoleh bagaimana strategi pemasaran yang sebenarnya

1.5.2.2 Bagi objek penelitian

- 1) Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran sehingga dapat dijadikan pedoman kinerja, yang selanjutnya dapat meningkatkan kualitas pemasaran produk
- 2) Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan berupa data, dan juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan proses pemasaran bisnis online thrifting.

1.6. Sistematika penelitian

Untuk menggambarkan secara jelas penelitian yang dilakukan, maka dibuatlah sistematika penulisan yang memuat informasi tentang materi dan masalah yang dibahas pada setiap bab. Teori system untuk penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan studi pendahuluan dari skripsi yang akan dibuat dengan bahasan mengenai latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan diakhiri dengan sistem penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang terdiri dari rangkuman teori dari beberapa buku, kajian/ penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri dari pendekatan penelitian, subjek penelitian, dan objek penelitian, informan kunci, teknik kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan waktu penelitian

1.7.1 Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di pasar cimol gede bage Blok C50, 51, 52 blok D 47 Kecamatan panyileukan kelurahan mekar mulya Bandung. dan kediaman owner di Jalan Cilengkrang 1 Komplek D Green Mansion Blok B20 Kelurahan Cisurupan.

1.7.2 Waktu penelitian

No	Jadwal Kegiatan	Pelaksanaan Kegiatan Penelitian						
		Februari 2022	Maret 2022	April 2022	Mei 2022	Juni 2022	Juli 2022	Agustus 2022
1	Pengajuan Judul							
2	Pengerjaan Bab I-III							
3.	Seminar Usulan Penelitian							

Tabel 1. 1 Waktu penelitian

Sumber: Dibuat Oleh Peneliti

No	Jadwal Kegiatan	Pelaksanaan Kegiatan Penelitian						
		Februari 2022	Maret 2022	April 2022	Mei 2022	Juni 2022	Juli 2022	Agustus 2022
4.	Revisi Seminar Usulan Penelitian							
5.	Pengumpulan dan pengolahan data							
6.	Sidang Skripsi							
7.	Revisi Skripsi							

Tabel 1. 2 Waktu penelitian (lanjutan)

Sumber: Dibuat Oleh Peneliti