

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Perkembangan teknologi berkembang sangat pesat, berbagai aktivitas dapat dilakukan dimana saja, termasuk aktivitas komersial, mulai dari usaha kecil hingga perusahaan besar. Pemasaran digital merupakan salah satu media yang saat ini sangat di butuhkan oleh masyarakat, dan juga sebagai salah satu penunjang aktivitas sehari hari. Lambat laun, banyak orang mulai beralih dari metode pemasaran tradisional dan beralih ke pemasaran digital, pemasaran digital, juga dikenal sebagai *digital marketing*, yang merupakan kegiatan pemasaran atau promosi sebuah merek atau produk menggunakan media digital atau internet dengan tujuan untuk menarik konsumen atau calon konsumen secara cepat. Jenis pemasaran ini melibatkan penggunaan situs web, perangkat seluler, media sosial, mesin pencari, dan saluran serupa lainnya untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Menurut Ascharisa (2018), metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital.

Teknologi informasi merupakan suatu hal yang istimewa dalam sebuah bidang usaha, karena dengan adanya teknologi tersebut bisa mempermudah dan menjamin kesuksesan bagi usaha baik itu dalam berkopetensi ataupun melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan bidang usaha yang bersangkutan. Salah satu dari bentuk teknologi informasi tersebut adalah website. Setiap pemilik bidang usaha tentunya berkeinginan untuk lebih berkembang atau menjadi pemenang dalam bidang usaha yang mereka geluti. Misalnya saja pemasaran dengan pemanfaatan teknologi informasi khususnya website maka pemasaran dapat dilakukan dengan lebih mudah dan lebih luas jangkauannya. Sehingga kemungkinan agar produk yang dimiliki lebih mudah dikenal oleh konsumen. Pemanfaatan teknologi informasi dapat dilakukan secara efektif jika anggota dalam organisasi dapat menggunakan teknologi tersebut dengan baik. Pemanfaatan teknologi yang efektif dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas pelayanan.

Dilihat dari banyaknya pengguna internet di Indonesia, perusahaan dan organisasi semakin banyak melakukan promosi di internet dan media digital, oleh karena itu Minarko Andalas Padang melakukan pemasaran layanan melalui pemasaran digital untuk memperkenalkan layanannya dan mempermudah Minarko Andalas Padang bergerak di bidang pemasaran. Toko Minarko Andalas Padang merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan yang diusung oleh Aulia Ambon dan Irfan Nelson.

Minarko Andalas Padang merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang makanan yang berdiri sejak tahun 2016, Minarko Andalas padang berlokasi di Jalan Andalas 1 No. 56 A, Andalas dan sudah membuka cabang diberbagai daerah dan provinsi, minarko sangat banyak diminati masyarakat sehingga selalau terjadi antrian pada setiap pemesanan. Aulia Ambon dan Irfan Nelson dikenal sebagai pengusaha makanan yang berdiri sejak tahun 2016. Awalnya nama warungnya Mie Narako. Namun, pada 2018, warungnya berganti nama dengan Minarko. Minarko beralamat di Jalan Andalas 1 No. 56 A, Andalas, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang. Pemilik Minarko, berbagi kisah tentang pemberian nama warungnya. Ia mengatakan, awalnya nama warungnya Mie Narako. Namun, pada 2018, warungnya berganti nama dengan Minarko.

Mie Narako sudah ada sejak 2016, bahkan sebelum adanya imbauan dari Wali Kota Padang. Alasan mengubah nama menjadi Minarko, karena saran orangtua dia menyebut, orangtuanya risih dengan penggunaan nama narako yang artinya adalah neraka. Sebelumnya, MUI Sumbar mengeluarkan fatwa haram terhadap penggunaan nama produk dengan kata neraka, setan, iblis. Hal itu berdasarkan putusan MUI Sumbar dalam rapat koordinasi daerah MUI Sumbar dan MUI kabupaten/kota se-Sumbar pada 20 Juli 2019 lalu. Penggunaan nama produk terkait hal-hal prinsip dalam Islam terkait akidah seperti kata "neraka", "setan", "iblis" maka hukumnya haram. Ketua MUI Sumbar, Gusrizal Gazahar membenarkan telah mengeluarkan fatwa tersebut saat dikonfirmasi pada Selasa. Menurutnya, nama produk makanan seperti mi setan, mi iblis ialah nama makanan yang diharamkan dalam Islam. "Fatwa tentang memakai nama itu, sebagai nama makanan yang diharamkan," kata Gusrizal Gazahar. Adapun penggunaan nama produk terkait dengan akhlak dan etika seperti, "ayam dada

montok", "mie caruik" maka hukumnya makruh. Lebih lanjut, bahwa putusan MUI Sumbar tersebut juga disertai dengan rekomendasi kepada pemerintah agar meregulasikannya ke dalam rangkaian implementasi fatwa ini. Selain itu, seruannya agar pemerintah bisa menindaklanjuti fatwa tersebut dalam bentuk imbauan dan sosialisasi kepada masyarakat. Sedangkan, kepada masyarakat diimbau agar tidak mengkonsumsi produk yang menggunakan nama-nama yang dilarang dalam fatwa tersebut. Terakhir, kepada LPPOM MUI untuk tidak menerbitkan sertifikat halal terhadap produk yang menggunakan nama nama yang tidak sesuai syariat.

Penjualan merupakan sumber utama pendapatan suatu perusahaan, semakin besar penjualan semakin besar juga omset penjualan. Penjualan merupakan pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa (Nurul Kumala & Anwar, 2020). Dari sumber yang di dapat omset Minarko bisa sekitar Rp 30 sampai 35 juta per bulan.

Tabel 1.1. Penjualan Minarko Padang Tahun 2019-2023

<b>Tahun</b>	<b>Target Penjualan</b>	<b>Capaian Penjualan</b>
2019	Rp.450.000.000	Rp.475.000.000
2020	Rp.475.000.000	Rp.350.500.000
2021	Rp.450.000.000	Rp.420.750.000
2022	Rp.450.000.000	Rp.470.000.000
2023	Rp.450.000.000	Rp.500.000.000

Sumber: Minarko Padang, Tahun 2024

Saat ini Minarko tidak hanya menjual menu mie, namun ada menu lainnya, di antaranya nasi goreng minar, pecel minar, pecel ayam bakar, soto padang minar, minas, minarko. martabak telur minar. Selain itu, Minarko juga menyewakan boot untuk penjual lainnya. Diantaranya martabak mini, jamur crispy, telur gulung dan seafood bakar house. Minarko memiliki 6 level, dimulai dari level terendah, dan level lava paling tinggi. Saat ini Minarko tidak hanya menjual menu mie, namun ada menu lainnya, diantaranya nasi goreng minar, pecel minar, pecel ayam bakar, soto padang minar, minas minarko, martabak telur minar.

Dilihat dari banyaknya pengguna internet di Indonesia, perusahaan dan organisasi semakin banyak melakukan promosi di internet dan media digital, oleh karena itu Minarko Andalas Padang melakukan pemasaran layanan melalui pemasaran digital untuk memperkenalkan layanannya dan mempermudah Minarko Andalas Padang bergerak di bidang pemasaran. Toko Minarko Andalas Padang merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan yang diusung oleh Aulia Ambon dan Irfan Nelson. Dan bergerak memanfaatkan pamphlet seperti *Instagram* dan *TikTok* yang sekarang akun media sosial mereka sudah memiliki ribuan *followers*, dengan jumlah *followers* di *Instagram* sebanyak 28.000 pengikut dan di *TikTok* sebanyak 5000 pengikut dan mereka menggunakan cara seperti mengpromosikan konten digital seperti membuat konten untuk mempromosikan menu menu terbaru dan salah satu konten yang lagi hangat yaitu konten tentang pesaing baru yang datang yaitu Mie Gacoan, Minarko membuat konten yang berisi respon mereka terhadap datang nya pesaing baru dengan cara bikin konten memberikan menu minarko gratis bagi yang punya struk belanjaan Mie Gacoan Padang yang baru *opening* dengan tujuan meningkatkan penjualan terhadap Minarko Padang cabang Andalas.

Berdasarkan kondisi yang telah terjadi. penulis menjadi tertarik untuk mendalami dan mengangkat judul ***“Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Minarko Padang Cabang Andalas”***.

## **1.2.Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diatas, disimpulkan bahwa rumusan masalah yang dibahas ialah

1. Bagaimana penerapan *Digital Marketing* Minarko Padang cabang Andalas.
2. Apa hambatan yang dialami Minarko dalam menjalankan dan menerapkan *Digital Marketing* terhadap penjualan Minarko Padang cabang Andalas
3. Apa keunggulan dan solusi dari hambatan *Digital Marketing* yang dialami Minarko Padang cabang Andalas

### 1.3. Tujuan Magang

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan magang ialah untuk mengetahui

1. Bagaimana penerapan *Digital Marketing* pada Minarko Padang cabang Andalas.
2. Untuk mengetahui hambatan apa saja yang dialami pada sistem *Digital Marketing* terhadap Penjualan Minarko Padang cabang Andalas.
3. Untuk mengetahui keunggulan dan solusi atau penyelesaian masalah atas hambatan penerapan sistem *Digital Marketing* terhadap Penjualan Minarko Padang cabang Andalas.

### 1.4. Manfaat Magang

Terdapat dua manfaat yang dapat peneliti ambil, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penulis berharap penelitian ini berguna untuk mengetahui bagaimana penerapan *Digital Marketing* pada Minarko Padang cabang Andalas.

#### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasilnya akan berguna bagi peneliti maupun pembaca dalam memberikan pengetahuan serta wawasan tentang penerapan *Digital Marketing* pada Minarko Padang cabang Andalas. Sedangkan bagi perusahaan bermanfaat untuk meningkatkan penjualan dengan *Digital Marketing*.

### 1.5. Tempat dan Waktu magang

Penelitian ini penulis mengambil tempat magang di Minarko Padang cabang Andalas. Untuk pelaksanaan atau waktu kegiatan magang ini akan berlangsung selama 40 hari kerja yang telah menjadi ketentuan dari pihak akademik

### 1.6. Metode Magang

Metode yang digunakan ialah metode Observasi. Metode ini mengandalkan data dan mengamati langsung di lapangan. Proses dari metode ini merangkum, menilik, menghitung, mendokumentasikan, memperkirakan serta mendata peristiwa. Metode

ini bertujuan untuk menilai bagaimana penerapan *Digital Marketing* pada Minarko Padang cabang Andalas. Pelaksanaan magang berlangsung selama 40 hari kerja.

### **1.7. Ruang Lingkup Pembahasan**

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas oleh penulis yaitu hanya fokus pada *Digital Marketing* pada Minarko Padang cabang Andalas.

### **1.8. Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, metode magang, ruang lingkup pembahasan, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas konsep dan teori yang meliputi pengertian dari pengembangan produk dan pemasaran jasa.

#### **BAB III GAMBARAN UMUM MINARKO**

Bab ini membahas tentang profil Minarko Padang cabang Andalas, kegiatan yang dilakukan perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan sejarah perusahaan.

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas uraian dari penerapan *Digital Marketing* pada Minarko Padang cabang Andalas melalui metode penelitian yang dilakukan. Bab ini harus menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

#### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini membahas kesimpulan serta saran yang diberikan pada Minarko Padang cabang Andalas sehingga bisa bermanfaat bagi kepentingan pihak perusahaan.