

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Philip Kotler, 2017) menekankan bahwa digital marketing memainkan peran penting dalam mengubah cara merek berinteraksi dengan audiens. Melalui teknologi digital, merek dapat menjangkau konsumen secara lebih luas, berkomunikasi langsung, dan menciptakan pengalaman yang disesuaikan dengan kebutuhan individu. Jenis digital marketing antara lain yaitu marketing menjadi saluran utama untuk memasarkan produk, Di tengah kemajuan teknologi digital yang pesat, strategi pemasaran tradisional mulai tergeser oleh pendekatan berbasis digital yang lebih dinamis dan menjangkau pasar secara lebih luas.

Digital marketing hadir sebagai solusi efektif dalam membangun komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen dengan memanfaatkan media berbasis internet. Jenis-jenis strategi pemasaran digital ini mencakup content marketing yang berfokus pada pembuatan konten edukatif dan menarik, social media marketing yang mengoptimalkan platform seperti Instagram dan TikTok untuk interaksi dengan audiens, serta search engine marketing yang terdiri dari SEO untuk peningkatan visibilitas secara organik dan PPC yang menggunakan sistem iklan berbayar berdasarkan klik. Di samping itu, email marketing menjadi sarana komunikasi personal yang menjangkau pelanggan secara langsung, sementara affiliate marketing memungkinkan promosi melalui pihak ketiga yang

mendapatkan komisi dari hasil penjualan. Jenis lainnya seperti online advertising juga turut mendukung pemasaran secara lebih tertarget dan terukur. Kombinasi dari berbagai strategi ini mampu memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan bisnis di era digital yang kompetitif (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Digital marketing menjadi saluran mempromosikan Kehadiran digital marketing sebagai strategi pemasaran yang berhasil merupakan perkembangan yang paling signifikan. Digital marketing memanfaatkan berbagai platform online seperti media sosial, website, dan aplikasi untuk mempromosikan barang dan jasa dan menjangkau audiens yang lebih luas. Untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif, digital marketing bagi Perusahaan Oleh karena itu, banyak bisnis, termasuk dealer kendaraan bermotor, menggunakan digital marketing.

Menurut (Paquette, 2013) di dunia bisnis yang didukung oleh teknologi saat ini, situs jaringan sosial telah menjadi cara bagi pengecer untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Salah satu tantangan utama yang harus dihadapi oleh pemasar adalah untuk mengetahui bagaimana membujuk seseorang dan bagaimana menarik dan mempertahankan calon pelanggan. Memungkinkan pelanggan berbicara atau berinteraksi dengan mereka melalui media digital adalah cara yang mudah untuk menyelesaikan masalah ini. Oleh karena itu, tugas akhir ini akan menekankan pentingnya pemasaran digital bagi perusahaan yaitu dealer honda star motor.

Kegiatan promosi pemasaran merupakan salah satu bentuk upaya perusahaan untuk meningkatkan daya tarik pelanggan. Salah satu komponen yang berkontribusi pada peningkatan volume penjualan adalah promosi. Setiap bisnis memiliki cara tersendiri untuk mempromosikan barang dan jasanya kepada pelanggan secara efektif dan tepat sasaran. Pada dasarnya, promosi bertujuan untuk membuat barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat diterima, dibeli, dan digunakan sehingga pelanggan menjadi setia kepada perusahaan. Promosi yang sangat inovatif dapat menarik orang untuk mengenal barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga meningkatkan kesadaran merek di masyarakat.

Salah satu strategi pemasaran yang paling umum adalah digital marketing, yang digunakan untuk mempromosikan produk dan jasa kepada pelanggan dengan menggunakan berbagai saluran distribusi. Sosial media memberi pembeli kemampuan untuk mendapatkan informasi kapan saja dan di mana saja mereka butuhkan. Dengan jumlah pengguna sosial media yang terus meningkat, pebisnis dapat memperluas pasarnya. Menurut Sanjaya dan Tarigan (2016), digital marketing adalah kegiatan promosi yang mencakup branding menggunakan berbagai media berbasis web, seperti blog, website, adwords, e-mail, dan jejaring sosial.

Terkait hal di atas, Sebagai salah satu dealer motor Honda, Honda Star Motor Cabang Pesisir Selatan saat ini telah menerapkan strategi digital marketing sebagai strategi utama promosi mereka. Dealer ini beroperasi di wilayah dengan

potensi pasar yang besar, tetapi juga harus berhadapan dengan persaingan yang semakin ketat di industri otomotif. Dalam penerapan digital marketingnya Honda Star Motor diharapkan dapat meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif dan memperluas jangkauan pelanggannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan di bahas terkait dengan tugas akhir ini yaitu tentang bagaimana penerapan digital marketing sebagai media promosi pada dealer honda star motor cabang Pesisir Selatan.

1.3 Tujuan Magang

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari magang ini yaitu untuk mengetahui bagaimana penerapan digital marketing sebagai media promosi pada dealer honda star motor cabang Pesisir Selatan.

1.4 Metode Magang

Metode observasi lapangan digunakan dalam penelitian selama 40 hari kerja pada dealer honda star motor cabang Pesisir Selatan. Dengan kata lain, magang ini dilakukan langsung di perusahaan dengan mencatat, mengamati, dan menggunakan digital marketing sebagai alat promosi.

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Magang akan dilaksanakan pada Dealer Honda Star Motor Cabang Pesisir Selatan yang berlokasi Jl. Raya Pasar Kambang No. 21A (sebelah BRI) Pesisir

Selatan dengan waktu pelaksanaan 40 hari kerja.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang magang, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode magang, tempat dan waktu magang, ruang lingkup magang, serta sistematika penulisannya.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat berbagai teori yang mendukung laporan tugas magang, digunakan sebagai landasan untuk melaksanakan tugas magang sesuai dengan judul yang dibahas.

BAB III GAMBARAN UMUM

Bab ini menjelaskan secara umum tentang perusahaan tempat penulis akan melakukan magang, yaitu Dealer Honda Star Motor Cabang Pesisir Selatan. Pembahasannya meliputi sejarah perusahaan, fasilitas layanan yang tersedia, serta program layanan yang diselenggarakan oleh perusahaan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan penerapan digital marketing sebagai alat promosi pada Dealer Honda Star Motor Cabang Pesisir Selatan, dengan pembahasan yang disesuaikan dengan fakta-fakta di lapangan. Bab ini juga akan memberikan jawaban atas rumusan masalah serta mencapai tujuan magang yang telah

ditetapkan.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dan rekomendasi dari hasil magang yang telah dilakukan.

