

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Berjalannya perkembangan teknologi yang cepat memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan efektifitas kegiatan suatu perusahaan. Dengan menggunakan teknologi banyak hal yang biasa dilakukan perusahaan menjadi instan dan sangat efektif karena tidak menggunakan waktu yang lama dan biaya yang lebih murah bahkan tenaga yang digunakan tidak begitu besar ketika melakukan kegiatan tersebut.

Kemudahan tersebut membuat kegiatan perusahaan menjadi hal baru, khususnya pada layanan *internet* menjadikan perusahaan melakukan kegiatan dari *face to face* menjadi *screen to face*, baik berupa kegiatan komunikasi, kegiatan berbisnis terutama dalam kegiatan pemasaran.

Tidak asing lagi bagi pengguna teknologi seperti pengguna *smartphone* maupun pengguna *computer* setiap

penggunanya pasti menggunakan layanan *internet*, dengan memanfaatkan fitur yang tersedia semua hal menjadi lebih mudah dan cepat. Bagi perusahaan menggunakan layanan *internet* menjadipeluang yang begitu bagus.

Daya tarik menggunakan layanan *internet* menjadi ketertarikan setiap orang, hal ini menjadikan salah satu meningkatnya pengguna *internet* yang menikmati fitur aplikasi *media sosial* dan *website*. Sebagai perusahaan yang menginginkan perkembangan bisnisnya, tentunya ini menjadikan kesempatan besar untuk mengembangkan bisnisnya, karena dengan banyaknya pengguna *internet* yang dapat menjangkau informasi lebih luas dan cepat perusahaan dapat meluaskan pemasarannya ke daerah manapun lebih cepat agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat dikenal oleh banyak orang.

Semakin banyak orang yang mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan maka semakin besar juga kesempatan tersebut meningkatkan jumlah konsumen, semakin banyak jumlah konsumen yang membeli produk atau menggunakan jasa maka semakin besar juga meningkatkan pendapatan tersebut.

Namun pelaku berbisnis dalam layanan *internet* tentunya sangat banyak, hal ini menjadikan kompetisi bagi pembisnis untuk bersaing. Strategi pemasaran salah satu hal yang penting bagi pembisnis untuk mendapatkan konsumen dan meningkatkan bisnisnya. Salah satu hal yang dapat meningkatkan persaingan bisnis sebuah perusahaan adalah dengan mengimplementasikan *electronic commerce (e-commerce)*, untuk melakukan kegiatan berbisnis seperti memasarkan produk, berkomunikasi dengan konsumen, hingga melakukan transaksi melalui media *internet*.

Dengan ini *electronic commerce (e-commerce)* didefinisikan sebagai satu set dinamis ekonomi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan/jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik.<sup>1</sup>

Menurut Meyliana dalam penelitiannya tentang Analisa Strategi E- Marketing Dan Implementasinya Pada Rental

---

<sup>1</sup> Dedi Riswandi. "Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Econetica*, Vol.1, No.1 (Mei 2019), H. 3.

Company “e-marketing bertujuan untuk mencapai berbagai tujuan, seperti: (1) meningkatkan pangsa pasar; (2) meningkatkan jumlah komentar pada sebuah *blog* atau *website*; (3) meningkatkan pendapatan penjualan; (4) mengurangi biaya, misalnya biaya distribusi atau promosi; (5) mencapai tujuan merek, seperti meningkatkan kesadaran merek; (6) meningkatkan ukuran database; (7) mencapai tujuan *Customer Relationship Management*, seperti meningkatkan kepuasan pelanggan, frekuensi pembelian, atau tingkat referensi pelanggan; (8) memperbaiki manajemen rantai suplai, seperti dengan meningkatkan koordinasi anggota menambahkan mitra, atau mengoptimalkan tingkat persediaan.<sup>2</sup>

Namun tidak mudah untuk mengimplementasikan *e-commerce* pada setiap perusahaan, dikarenakan banyaknya faktor yang terkait dan pengetahuan yang perlu dikuasai, teknologi menuntut perusahaan agar lebih mengikuti perkembangan teknologi.

---

<sup>2</sup> Meyliana, “Analisa Strategi E-Marketing Dan Implementasinya Pada Rental Company”, *Binus Business Review*, Vol. 2, No. 1 (Mei 2011), h. 34.

Saat ini *Media sosial* dan *website* menjadi target untuk media promosi, karena layanan fiturnya sangat mudah dipahami dan diakses banyak orang. *Media sosial* dapat dikatakan sebagai gerbang pembuka sebuah usaha untuk meluncur di dunia maya untuk menjangkau lebih luas target market yang sulit dijangkau dalam dunia nyata. Efek kecepatan dalam penyebaran informasi merupakan keunggulan yang dapat diperoleh dengan memanfaatkan *media sosial*.<sup>3</sup>

Selain itu setiap orang yang menggunakan layanan internet untuk mencari kebutuhannya di *media sosial* ataupun *website* tentu akan mencari dan memutuskan pilihannya terhadap halaman perusahaan yang muncul diawal pencarian ataupun memilih dari konten perusahaan yang lebih menarik dan memberikan informasi yang lengkap.

Halaman perusahaan yang muncul diawal pencarian ataupun konten yang lebih menarik dan informasi yang lengkap cenderung dipilih oleh konsumen, karena konsumen akan lebih

---

<sup>3</sup> Kusniawan Nur MF, Skripsi, “*Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Menurut Perspektif Ekonomi Islam*”, (Lampung: Kementrian Agama UIN Raden Intan Lampung, 2020), h.8.

cepat dan yakin mendapatkan sesuatu yang diperlukannya. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk memecahkan masalah dan membuat strategi marketing yang tepat, agar konsumen yang mencari kebutuhannya di *media sosial* ataupun *website* tertarik dengan halaman perusahaan dan membeli produk ataupun menggunakan jasa perusahaan.

Dalam bisnis ada perusahaan yang menyediakan jasa rental mobil kepada masyarakat yang membutuhkan mobil, banyaknya masyarakat yang membutuhkan mobil untuk melakukan kegiatannya sehari-hari menjadikan banyak pembisnis menyediakan jasa transportasi rental mobil, dalam hal ini membuat persaingan sangat ketat dalam berbisnis. Hal ini menjadikan tantangan bagi pembisnis membuat banyak langkah untuk mengembangkan bisnis rental mobil agar dapat terus berjalan bisnisnya.

Membuat strategi pemasaran yang baik salah satu hal yang paling penting untuk terus menjalankan bisnis dan mengungguli persaingan bisnis, untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan memanfaatkan *media sosial* dan *website*

sebagai tempat pemasaran yang diminati banyak orang.

Menurut Abdul Rohman dan Dewi Fatmasari tentang Pemasaran Produk melalui Internet Berbasis *Web* dan Aplikasi *Android* di Desa Wujil Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi mengakibatkan pergeseran dalam pemasaran produk dan jasa, dari konvensional menuju ke digital. Banyak manfaat/keunggulan dengan menggunakan pemasaran digital (*Web* dan aplikasi *android*) bagi pelaku usaha untuk mengenalkan produk sampai menjual produk tanpa batas waktu dan Geografi.<sup>4</sup>

Dalam hal ini perusahaan rental mobil CV. Sianar Banten Dijaya yang menyediakan jasa rental mobil yang melakukan pemasaran dengan menggunakan media promosi melalui *website* dan media sosial *Facebook*, dengan adanya media promosi menggunakan internet baik melalui *website* maupun media sosial, media sosial dalam hal ini yaitu *facebook*, promosi rental mobil ini memudahkan konsumen mendapatkan

---

<sup>4</sup> Abdul Rohman, dan Dewi Fatmasari, "Pemasaran Produk Melalui Internet Berbasis Web Dan Aplikasi Android Di Desa Wujil Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang", *Majalah Ilmiah Inspiratif*, Vol .5, No.9, (Januari 2020), h. 57.

informasi yang mereka cari dan juga dalam segi penyedia jasa memudahkan pemasarannya melalui internet. Dengan adanya promosi ini diharapkan meningkatkan jasa penyewaan mobil tersebut, dan lebih praktis, hemat biaya yang dikeluarkan untuk melakukan kegiatan pemasaran dibagian promosi atau menyebarkan informasi terkait penyediaan jasa sewa/rental mobil CV. Sinar Banten Dijaya.

Adapun dalam kenyataannya pemasaran yang dilakukan melalui website maupun facebook masih belum efektif dilakukan, ini bisa dilihat dari pengunjung situs baik di website dan facebook menunjukkan pengunjung masih jauh dari yang diharapkan, karena dari banyaknya konsumen yang mencari layanan jasa rental mobil terutama di kota Serang melalui *Website* ataupun *Facebook* lebih mengutamakan pilihan paling awal di halaman tersebut, karena pilihan paling awal lebih menghemat waktu pencarian dan biasanya halaman tersebut paling direkomendasikan oleh platform tersebut.

Dalam kenyataannya hanya beberapa dari mereka yang mengunjungi halaman perusahaan dan menggunakan jasa rental



mobil SBDijaya. Selain itu banyak dari jasa rental mobil yang ikut serta menggunakan layanan tersebut untuk pemasarannya, bahkan ada beberapa perusahaan yang lebih eksis di media sosial maupun *website* dibanding dengan perusahaan SBDijaya, hal ini membuat persaingan semakin kuat. Namun dengan adanya konsumen yang hanya sekedar mengunjungi halaman perusahaan SBDijaya diharapkan dikemudian hari dapat menggunakan jasa rental mobil dari CV. Sinar Banten Dijaya.

Dari data yang diperoleh melalui perusahaan CV. Sinar Banten Dijaya, pendapatan bersih pertahun perusahaan yang didapat melalui rental mobil pada saat sebelum melakukan pemasaran di media sosian facebook dan website ditahun 2017 hanya mendapatkan sebesar Rp. 72.000.000. Berikut data yang diperoleh melalui perusahaan CV. Sinar Banten Dijaya:

NO	TAHUN	PENDAPATAN BERSIH/TAHUN
1	2017	Rp. 72.000.000
2	2018	Rp. 96.000.000
3	2019	Rp. 132.000.000
4	2020	Rp. 132.000.000
5	2021	Rp. 192.000.000
6	2022	Rp. 276.000.000

Pada tahun 2018 perusahaan rental mobil CV. Sinar Banten Dijaya mulai menggunakan media facebook untuk pemasaran dan menggunakan website yang belum resmi, namun dari tahun 2018-2020 pendapatan bersih berkurang menjadi 27% dibandingkan tahun sebelumnya pada tahun 2017-2018 yang pendapatan bersihnya naik hingga 33%.

Berdasarkan uraian tersebut, perusahaan memerlukan strategi marketing dan memecahkan masalah untuk bisnisnya yang dilakukan di *media sosial* dan *website*, agar perusahaan dapat meningkatkan daya bersaing dengan perusahaan lain, mengembangkan program pemasaran dan meningkatkan efektifitasnya program pemasaran perusahaan.

Maka berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap pendapatan bisnis rental mobil dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran di *Media Sosial* dan *Website* Terhadap Pendapat Rental Mobil (Studi Kasus CV. Sinar Banten Dijaya).

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, peneliti menulis identifikasi masalah yang akan digunakan

untuk bahan penelitian sebagai berikut:

1. Ketatnya persaingan perusahaan untuk berbisnis di *media sosial* dan *website*.
2. Perusahaan sulit mengimplementasikan *e-commerce*.
3. Perusahaan sulit menjangkau target konsumen di *media sosial* dan *website*.
4. Perusahaan sulit menjadikan halaman perusahaannya ditemukan dengan mudah oleh konsumen di *media sosial* dan *website*.
5. Perusahaan harus memecahkan masalah strategi marketing dan harus mengimplementasikan marketing di *media sosial* maupun di *website* dengan tepat.

### **C. Batasan Masalah**

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dibatasi pada hal-hal sebagai berikut:

1. Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan jasa rental mobil di Kota Serang-Banten yaitu, CV. Sinar Banten Dijaya dan konsumen rental mobil.
2. Variable yang digunakan untuk dapat memenuhi variabel

dependen yaitu *pendapatan*, serta variabel independen yaitu *media sosial (Facebook)* dan *website*

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini dapat dirumuskan ke dalam beberapa rumusan masalah:

1. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran di *media sosial* dan *website* secara parsial terhadap pendapatan rental mobil CV. Sinar Banten Dijaya Kota Serang?
2. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran di *media sosial* dan *website* secara simultan terhadap pendapatan rental mobil CV. Sinar Banten Dijaya Kota Serang?

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran di *sosial media* dan *website* secara parsial terhadap pendapatan rental mobil CV. Sinar Banten Dijaya Kota Serang
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran di *media sosial* dan *website* secara simultan terhadap pendapatan rental mobil CV. Sinar Banten Dijaya Kota Serang

## **F. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Penulis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi penulis.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman bagi penulis.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menambah relasi bagi penulis dengan perusahaan terkait.

### 2. Bagi Pembaca

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan tentang penggunaan *media sosial* dan *website* terhadap bisnis.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah referensi pustaka bagi pembaca ataupun peneliti selanjutnya.

### 3. Bagi Yang Berkaitan

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembisnis agar dapat mengembangkan bisnisnya terutama pada bidang pemasaran.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi dari suatu masalah dalam bisnis terutama pada bagian pemasaran di *media sosial* dan *website*.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Bab I Pendahuluan di dalamnya menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Teoritis di dalamnya menjelaskan mengenai paparan teori, kerangka pemikiran, hubungan antar variable, hipotesa

Bab III Metode Penelitian di dalamnya menjelaskan mengenai waktu dan tempat penelitian, Populasi dan sampel penelitian, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab IV Pembahasan Hasil Penelitian di dalamnya menjelaskan mengenai uraian hasil penelitian yang telah dilakukan.

Bab V Kesimpulan dan Saran di dalamnya menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran.