

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan teknologi informasi yang kini semakin pesat di berbagai Negara salah satunya merupakan Negara Indonesia yang mampu menghadirkan berbagai sektor teknologi, Negara Indonesia sebagai Negara kepulauan membuat teknologi informasi dan teknologi dan komunikasi (TIK) yang berperan penting dalam melakukan proses penyebaran informasi sehingga dapat menurunkan keterbelakangan dengan negara lain dalam proses pembangunan. Pesatnya perkembangan teknologi canggih saat ini mendorong terjadinya integrasi besar-besaran pada berbagai aspek kehidupan (Mustofa & Riyanti, n.d.). Kondisi Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IPTIK) Indonesia yang memiliki pengaruh positif dan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan produktivitas (Wardhana et al., 2020). Indonesia menempati posisi keenam pengguna internet terbanyak di dunia yang mempunyai populasi sebanyak 277,7 juta untuk tahun 2022. Dengan hal ini internet banyak digunakan karena menawarkan berbagai kemudahan untuk mendapatkan akses berbagai referensi ilmu pengetahuan yang sesuai dengan kebutuhan para akademis dan *e-commerce* bagi penjual *online shop* yang melakukan bisnis (Annur, 2022). Tidak hanya itu, teknologi informasi sangatlah berpengaruh untuk kemajuan suatu usaha. Berbagai macam cara dilakukan untuk mempromosikan usaha yang dimiliki, salah satunya dengan menggunakan *e-commerce* (Handayani, 2018). Selain itu dapat memanfaatkan media digital sebagai fasilitas memasarkan produknya agar dapat menjangkau masyarakat luas. IKM yang memiliki akses online, melibatkan media sosial, dan mengembangkan bisnis melalui *e-commerce*, akan menikmati berbagai keuntungan bisnis dalam hal perluasan pemasaran, peningkatan pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. (Suranto et al., 2022).

Penjualan merupakan sebuah proses yang dimana seseorang melakukan

kegiatan pemasaran untuk memperoleh pendapatan dan dapat memenuhi kebutuhan pembeli. Berdasarkan hasil penelitian dari (Handayani, 2018) menyatakan bahwa *website* penjualan berbasis *e-commerce* dapat dijadikan sebagai media promosi, mempermudah proses penjualan yang dilakukan secara online, serta dapat mempermudah dalam pengolahan data dan pencetakan laporan yang tidak lagi memerlukan pencatatan dalam bentuk arsip. Dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa penjualan *online shop* sering melakukan promosi melalui media online atau media sosial seperti *website*, media sosial yang mempermudah menjangkau konsumen lebih banyak. Pengetahuan tentang keuangan semakin berkembang seiring bertambahnya kebutuhan manusia yang semakin kompleks. (Titik Ulfatun, 2016). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka pendidikan keuangan merupakan hal yang penting untuk dapat meningkatkan pemahaman masyarakat utamanya para remaja dan mahasiswa agar dapat mengelola keuangannya dengan baik (Sari, 2018).

Kabupaten Wonogiri yang terkenal dengan sebutan Kota Gapek ini mempunyai 25 kecamatan ini dan merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Mayoritas masyarakat yang sering melakukan transaksi penjualan mulai dari generasi muda maupun generasi tua. Mereka mulai membuka usaha kecil sampai usaha besar seperti produksi perumahan, *Online Shop*, UMKM, *Thrift Market*, dan lain-lain. *Online Shop* disini banyak menjual berbagai produksi yakni makanan, pakaian, barang *thrift*, masker dan lain-lain. Menurut (Yogi, 2022) menyatakan bahwa Pemerintah akan melakukan pendataan lengkap terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Koperasi mulai dari April sampai Agustus mendatang. Wakil Bupati Wongiri Setyo Sukarno mengatakan bahwa jumlah UMKM dan Koperasi di Kabupaten Wonogiri yang menjadi sasaran pendataan lengkap tersebut mencapai sekitar 57.000 unit. Dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat Wonogiri sering membuka usaha mulai dari generasi muda maupun generasi tua untuk menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa *online shop* di Kabupaten Wonogiri ini sering melakukan jasa *endorsement* kepada para *influencer* di media sosial yaitu instagram. Media ini menjadi sasaran utama dalam melakukan *endorsement*. Mereka melakukan jasa promosi dengan dua cara yaitu *paid promote* dan *endorsement*. Dalam kedua cara tersebut dapat dibedakan dari bentuknya. Bentuk dari *paid promote* sendiri adalah para penjual *online shop* membuat *review* produknya sendiri dan dibuat dengan *instagram story* atau *feed* instagram yang kemudian akan diberikan kepada para *influencer* untuk membantu mempromosikan produknya melalui instagram *influencer* yang dibayar dengan harga murah. Sedangkan untuk promosi *endorsement* adalah kalangan *influencer* melakukan *review* produk tersebut dengan semenarik mungkin agar dapat menarik minat beli konsumen untuk membantu mempromosikan melalui *instagram story* atau *feed instagram* yang dibayar dengan harga yang mahal. Setelah penjual melakukan promosi *endorsement* peneliti ingin mengetahui dengan penggunaan promosi tersebut mengalami peningkatan atau kerugian pada penjualan *online shop*.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, peneliti mengambil judul tentang “Analisis Peningkatan Penjualan Melalui Jasa Iklan Endorsement (Studi Kasus : Online Shop di Kabupaten Wonogiri)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang akan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh para pelaku *online shop* di Kabupaten Wonogiri?
2. Sejauh mana dampak *endorsement* dalam meningkatkan penjualan *online shop* di Kabupaten Wonogiri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh para pelaku *online shop* di Kabupaten Wonogiri

2. Untuk mendeskripsikan sejauh mana dampak *endorsement* dalam meningkatkan penjualan *online shop* di Kabupaten Wonogiri

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang diharapkan penelitian adalah :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperbaharui teori yang telah ada dan menambah referensi bagi pembaca dan peneliti

2. Secara Praktis

Manfaat dari penelitian yang akan dilakukan dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Peneliti dapat memberikan manfaat bagi :

- a. Bagi peneliti :
 1. Diharapkan penelitian ini menjadi referensi penelitian selanjutnya
 2. Sebagai wadah untuk menambah pengetahuan dan pemahaman bagi generasi millennial
- b. Bagi Masyarakat :
 1. Penelitian ini diharapkan sebagai sumber referensi dan sumber informasi
 2. Agar masyarakat dapat memahami lebih dalam terkait penjualan melalui jasa iklan *endorsement*
- c. Bagi *Online Shop*
 1. Penelitian ini diharapkan agar memberi informasi bahwa *endorsement* mempengaruhi peningkatan penjualan sehingga dapat diterapkan dengan baik.