

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Seiring dengan perkembangan teknologi dunia maya perkembangan kondisi pasar yang sekarang ini telah membawa pengaruh terhadap strategi yang harus diterapkan oleh perusahaan dalam menawarkan dan memasarkan produk mereka. Dari waktu ke waktu pengguna internet semakin bertambah disamping itu juga konsumen semakin mengerti segala produk yang diinginkan dapat diketahui dengan cepat melalui informasi-informasi yang tersedia.

Salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menawarkan produk mereka dan menarik minat konsumen terhadap produk tersebut adalah melalui iklan. Seiring pertumbuhan ekonomi, peran iklan menjadi sangat penting karena konsumen potensial akan memperhatikan iklan dari produk yang akan ia beli. Menurut Lee (2007: 10) ; “fungsi iklan menginformasikan suatu produk atau jasa ataupun profit perusahaan, sebagai persuasif yaitu membujuk para konsumen untuk membeli merek-merek tertentu dan sebagai media untuk mengingatkan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa”.

Menurut Jefkinns (2001: 5) iklan adalah “pesan-pesan penjualan yang paling persuasive yang diarahkan kepada para calon pembeli potensial pada produk barang atau jasa tertentu dengan biaya tertentu pula”. Oleh karena itu perusahaan harus mampu merebut kesan konsumen terhadap produk yang

akan dijual dan terus menerus menyiasati bagaimana produk ini laku dipasarkan. Agar suatu produk dapat berfungsi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen maka keberadaan produk tersebut harus dikomunikasikan guna diperkenalkan keberadaannya kepada konsumen.

Penayangan iklan pada media sosial yaitu internet merupakan komunikator yang menyampaikan pesan-pesannya kepada komunikannya (khayalak sasaran) dengan tujuan untuk menarik perhatian agar pesan yang disampaikan dapat diterima. Khayalak harus dibuat lebih dari sekedar merasa tertarik dan terpikat, mereka harus didorong untuk menginginkan produk yang diiklankan atau minat untuk membeli produk Pakaian Jadi. Berbagai macam media yang ada baik media cetak maupun media elektronik yang dapat digunakan untuk memasarkan produk pakain jadi, maka penelitian ini hanya membahas mengenai iklan yang ditayangkan dengan menggunakan jasa iklan online melalui facebook.

Perkembangan teknologi contohnya teknologi internet telah mempengaruhi perkembangan ekonomi saat ini. Berbagai transaksi jual beli yang sebelumnya hanya dilakukan dengan cara tatap muka, kini sangat mudah dan sering dilakukan melalui internet. Transaksi melalui internet ini dikenal dengan nama e-commerce. Internet sebagai elektronik mutakhir yang menunjang e-commerce (electronic commerce) mengalami pertumbuhan pesat. E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (komputer networks) yaitu internet.

Internet sebagai jaringan publik yang sangat besar (huge/widespread network), layaknya yang dimiliki suatu jaringan publik elektronik, yaitu murah, cepat dan kemudahan akses. (www.google.com) Perkembangan bisnis internet semakin berkembang pesat baik di Indonesia maupun di dunia dengan meningkatnya pengguna internet dan juga perkembangan globalisasi.

Peluang pasar di Indonesia untuk bisnis yang berhubungan dengan web sangat banyak sehingga pemasar perlu menyusun strategi untuk menjual produk atau jasa yang mereka miliki. Transaksi melalui internet banyak diminati karena kebanyakan orang tidak lagi mempunyai banyak waktu untuk pergi berbelanja dan memilih-milih produk ke mall, butik, toko dan tingkat aktivitas masyarakat sekarang ini jauh lebih tinggi. Dengan adanya promosi penjualan melalui internet konsumen bisa memilih produk-produk yang dibutuhkan kapan saja, dan dimana saja dengan berbagai jenis produk yang ditawarkan pemasar dengan harga jual yang sangat bervariasi dibandingkan kita berbelanja di mall, toko ataupun butik.

Biaya Iklan Menurut Media Revenue 2010 Sumber : <http://www.businessinsider.com>(2011) dari data diatas dapat dilihat bahwa ada respon yang positif dari penayangan iklan di internet yang dapat menimbulkan minat beli pada konsumen sehingga biaya untuk iklan penjualan di internet menempati posisi kedua setelah iklan TV pada tahun 2010. Salah satu situs jejaring sosial yang banyak di akses di internet adalah facebook.

Situs jejaring sosial merupakan bagian penting yang mewarnai kehidupan manusia sehari-hari. Salah satu situs jejaring sosial terpopuler di dunia adalah Facebook. Facebook atau disingkat FB adalah sebuah situs jejaring sosial populer yang diluncurkan pada 04 Februari 2004. Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard dan mantan murid Ardsley High School. Dalam kurun waktu tujuh tahun, facebook menjadi jejaring sosial terbesar di seluruh dunia. Penggunanya telah mencapai angka 656.870.980 orang pada April 2011 (Checkfacebook.com, 05 Juli 2011).

Aulia Shop merupakan toko online yang ada di Internet atau dunia maya adapun produk yang ditawarkan yaitu berupa kosmetik dan obat pelangsing, Aulia shop merupakan suplier yang berada di wilayah Surakarta.

Internet juga membawa pengaruh terhadap pengembangan dan pilihan strategi pemasaran termasuk marketing mix (Eid dan Trueman, 2002: 54; Tjandra, 1996: 56 dalam Sutejo, 2006). Artikel ini berusaha membawa dasar mengenai internet marketing sebagai paradigma baru pemasaran. Perubahan paradigma tersebut berpengaruh terhadap model bisnis untuk penciptaan nilai pelanggan (customer value creation), cara merebut dan mempertahankan nilai pelanggan di web (analisis 4P) serta cara pemasaran lewat internet.

Berdasarkan pengertian diatas penulis berkeinginan mengambil judul tentang “ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN PENJUALAN PRODUK DI INTERNET TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (SURVEY PELANGGAN TOKO ONLINE AULIA SHOP)

**B. Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan iklan terhadap minat beli konsumen pada toko Online Aulia Shop?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan penjualan produk terhadap minat beli konsumen pada toko Online Aulia Shop?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan iklan terhadap minat beli konsumen pada toko Online Aulia Shop
2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan penjualan produk terhadap minat beli konsumen pada toko Online Aulia Shop

**D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi pelanggan, penelitian ini berguna untuk memudahkan dalam pengambilan keputusan.
2. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan penerapan dari ilmu manajemen khususnya di bidang pemasaran.
3. Bagi akademis, penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan ataupun acuan untuk penelitian berikutnya

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini meliputi 5 bab yaitu :

### **BAB I      PENDAHULUAN**

Dalam bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II     TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab tinjauan pustaka ini berisi tentang teori-teori yang mendukung yaitu pengertian pemasaran, pengertian produk dan penelitian terdahulu.

### **BAB III    METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab metodologi penelitian ini berisi tentang kerangka pemikiran, hipotesis, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel dan alat analisis.

### **BAB IV    ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab analisis data dan pembahasan ini berisi tentang hasil analisis dari pengolahan data dan pembahasan dari hasil penyebaran kuesioner.

### **BAB V     PENUTUP**

Dalam bab penutup ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran-saran.