

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Diera digital saat ini kemajuan sektor ekonomi meningkat dengan pesat, industri berkembang di segala bidang baik industri barang maupun jasa, sehingga meningkatkan persaingan antar industri sejenis tidak dapat di hindari, dan untuk memenangkan persaingan tersebut salah satu upaya yaitu dengan merebut pangsa pasar.

Penjualan merupakan salah satu aspek yang penting dalam sebuah perusahaan. Pengelolaan perusahaan yang kurang baik akan merugikan perusahaan karena dapat berimbas pada perolehan laba, dan pada akhirnya dapat mengurangi pendapatan. Setiap perusahaan memiliki sistem berbeda dalam melakukan usahanya. Secara umum perusahaan harus memiliki sistem yang tepat dalam semua aspek yang dijalankannya. Sistem yang baik ini merupakan salah satu kunci dalam pengendalian.

Konsumsi masyarakat yang tinggi mendorong perusahaan untuk selalu melakukan perbaikan pada biaya produksi dan penjualan. Kualitas produksi dan strategi penjualan yang baik dapat mendorong peningkatan penjualan yang berguna untuk menguasai pangsa pasar dan meraih keuntungan yang optimal. Keuntungan yang optimal merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Tujuan ini akan digunakan

sebagai ukuran penilaian keberhasilan atau kegagalan yang telah dilaksanakan. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan mengandalkan kegiatannya dalam bentuk penjualan. Penjualan dapat dilakukan baik secara offline maupun online. Perusahaan yang kurang dapat mengembangkan usahanya lambat laun akan tergeser oleh perusahaan pesaing.

Di dalam dunia usaha, terdapat beberapa strategi yang digunakan oleh penjual untuk meningkatkan produktivitas penjualan maupun kesetiaan pelanggan. Diantara sekian banyak strategi diantaranya, menggunakan Web E-Commerce dan Instagram Advertising merupakan salah satu strategi penjualan yang banyak diminati oleh para perusahaan atau UMKM.

Web E-Commerce dan Instagram Advertising merupakan media sosial yang paling diminati belakangan ini. Web E-Commerce dan Instagram Advertising dapat menyampaikan pesan dari suatu brand melalui foto atau video. Pemasaran melalui media social ini disebut digital marketing. Pemasaran sendiri merupakan proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan keinginan manusia. Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan penelitian untuk menciptakan sebuah *prototype* sistem penjualan berbasis *e-commerce* dan periklanan berbasis Instagram Advertising yang dapat membantu memperlancar proses penjualan tersebut.

LKP SMART PLUS Ambarawa Pringsewu merupakan Lembaga pelatihan kecakapan kerja dan juga bergerak di bidang penjualan baju dakwah. Dalam

melakukan produksi penjualan baju dakwah yang berkerja setiap harinya hanya 15 orang. Sampai saat ini LKP SMART PLUS Ambarawa Pringsewu masih melakukan produksi setiap harinya, dan aktivitas tersebut dilakukan untuk memenuhi output perusahaan. Namun pada dasarnya perusahaan tidak dapat memenuhi outputnya dikarenakan penjualannya selama ini kurang maksimal itu semua disebabkan beberapa faktor yaitu Web E-Commerce dan Instagram Adsvetising.

LKP SMART PLUS sekarang masih memakai sistem manual untuk memasarkan baju dakwahnya. Media promosi yang di pakai saat ini masih menggunakan Post Story Wahtsapp, iklan di koran, memasang baleho sehingga membutuhkan biaya yang cukup mahal. Cara tersebut dirasakan kurang efektif. Jadi diperlukan sebuah solusi atas permasalahan yang ada dengan merancang website sistem informasi dan periklanan melalui Instagram Adsvetising yang bertujuan untuk membantu memperlancar proses penjualan baju dakwahnya. Perusahaan tersebut belum mengerti betapa dasyatnya jika menggunakan dua hal tersebut. Web E-Commerce merupakan segala sesuatu aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Sedangkan Instagram Adsvetising merupakan platfrom iklan berbayar yang di sediakan oleh istagram untuk melakukan periklanan bagi perusahaan atau UMKM. Kemampuan teknologi komunikasi masa yang semakin berkembang membuat masyarakat sekarang dapat berubah dengan cepatnya seiring dengan perkembangan zaman yang semakin canggih. Media massa pun juga mengalami perkembangan yang pesat lebih dari masa masa sebelumnya.

Menyadari hal itu bahwa internet merupakan salah satu sarana pemasaran yang efektif digunakan oleh pebisnis untuk meningkatkan penjualannya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah tersebut, maka peneliti mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Web E-Commerce terhadap produktivitas di Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu
2. Apakah ada pengaruh Instagram Adsertising terhadap produktivitas diLkp Samrt Plus Ambarawa Pringsewu
3. Apakah ada pengaruh Web E-Commerce dan Instagram Adsertising secara bersama-sama terhadap produktivitas di Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu.

Berdasarkan rumusan masalah di atas penulis menetapkan judul: “Analisis Web E-Commerce Dan Instagram Adsertising Untuk Meningkatkan Produktivitas Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu”

C. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk ruang lingkup masalah, maka penulis mengadakan pembatasan/ lingkup penelitian, adapun batasanya sebagai berikut:

1. Obyek penelitian adalah Web E-Commerce, Instagram Adsertising, dan Produktivitas
2. Subyek penelitian adalah semua karyawan yang ada di LKP Smart Plus
3. Tempat penelitian adalah Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu

4. Waktu penelitian adalah tahun 2020-2021

D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Ingin mengetahui pengaruh Web E-Commerce terhadap Produktivitas Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu.
- b. Ingin mengetahui pengaruh Instagram Adsertising terhadap Volume penjualan di Lkp Smar Plus Ambarawa Pringsewu.
- c. Ingin mengetahui pengaruh Web E-Commerce dan Instagram Adsertising secara bersamaan terhadap penjualan di LKP Smart Plus Ambarawa Pringsewu.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Teoritis
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengetahui lebih lanjut tentang Web E-Commerce dan Instagram Adsertising terhadap Produktivitas Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu.
 - 2) Hasil penelitian ini diharapkan sebagai kegiatan untuk mempraktekkan ilmu yang didapat dan memperluas ilmu pengetahuan di bidang pemasaran.
- b. Kegunaan Praktis
 - 1) Sebagai bahan pertimbangan bagi lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu untuk meningkatkan Produktivitas perusahaan

- 2) Sebagai bahan acuan dalam proses penjualan dan pemasaran di LKP Smart Plus Ambarawa Pringsewu
- 3) Sebagai program tindak lanjut penelitian berikutnya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi produktivitas perusahaan