

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi yang cepat majunya membuat dunia bisnis ikut berkembang pesat. Sekarang gaya hidup masyarakat mulai meningkat seiring perkembangan zaman dan teknologi. Para konsumen mulai cerdas dalam memilih produk dan jasa yang akan di gunakan untuk kebutuhan hidupnya. Dengan begitu, perusahaan akan di tuntutan untuk lebih peka dalam persaingan dalam dunia bisnis dengan menciptakan cara-cara baru agar perusahaan tetap berkembang, perusahaan harus menentukan strategi pemasaran bisnis yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan maju.

Perusahaan jasa harus dapat mengantisipasi persaingan dengan perusahaan lain. Agar dapat mempertahankan kualitas pelayanan demi kepuasan konsumen secara maksimal. Karna pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis untuk menciptakan rasa kepuasan pelanggan atau kepuasan konsumen. Perusahaan jasa di tuntutan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsuen yang setiap konsumennya berbeda-beda (Sunyoto, 2012: 222-223).

Setiap usaha jasa memiliki strategi pemasaran tersendiri yang dinilai baik untuk kemajuan usahanya. Salah satu strategi yang sangat diperlukan yaitu strategi marketing online. Banyak sekali perusahaan-perusahaan jasa yang menggunakan media online sebagai media promosinya salah satunya yaitu Perusahaan jasa Wedding Organizer. Masyarakat membutuhkan suatu jasa Wedding Organizer karna rasa kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk

yang usaha jasa tersebut tawarkan dan menjadi suatu kebutuhan yang harus masyarakat penuhi ketika melakukan perhelatan pernikahan. Sehingga usaha jasa tersebut harus memperhatikan strategi pemasaran yang akan di gunakan. Oleh sebab itu, jasa Wedding Organizer banyak di cari para pasangan calon pengantin. Dari data yang di peroleh terlihat banyak Wedding Organizer di Surabaya, sehingga suatu Wedding Organizer harus bersaing dengan menyiapkan strategi tertentu untuk mencapai target yang telah di tentukan. Di masa sekarang ini tidaklah mudah dalam membangun usaha Wedding Organizer, di karenakan persaingan dan peminat orang-orang semakin besar terlebih lagi di kota Surabaya Wedding Organizer berkembang sangat pesat. Namun bisnis jasa ini sangat menjanjikan dan memiliki peluang besar di masa seperti ini.

Ketatnya persaingan dalam perusahaan jasa Wedding Organizer membuat penjualan menjadi terkendala, karena penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, seorang pengusaha WO harus cepat merumuskan serta melakukan promosi yang efektif, kreatif dan inovatif agar dapat menarik konsumen atau customer. Promosi melalui media social dan event dinilai cukup efektif karena tidak membutuhkan biaya yang besar serta memiliki jangkauan lebih luas di bandingkan dengan promosi konvensional. Karena dengan kemudahan inilah media social online lebih efektif. Seperti instagram, facebook, tweeter, dan yang baru-baru ini banyak peminatnya yaitu TikTok.

Salah satu kemajuan teknologi ialah teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan pemanfaatannya dalam berbagai bidang kehidupan menandai perubahan peradaban manusia menuju masyarakat informasi. Internet adalah produk teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang memudahkan setiap orang memperoleh dan menyebarkan informasi dengan cepat, murah dan menjangkau wilayah yang sangat luas. Pemanfaatan internet tidak hanya membawa dampak positif, tapi juga berdampak negatif terhadap kehidupan manusia sehari-hari dalam menjalankan aktifitasnya (Sofana & Cisco, 2011). Perkembangan teknologi internet yang sangat cepat dan mudahnya cara menggunakannya, memungkinkan siapa saja dapat menggunakan internet. Secara sederhana internet di definisikan sebagai jaringan global yang mengkoneksikan jutaan komputer (Batubara, 2019).

Apabila dilihat dari karakter masyarakat Indonesia yang social, senang berbagi, hobi eksis condong kenarsis, dan tidak begitu *concern* dengan isu privasi, maka media social menjadi medium komunikasi yang sangat representatif. Media social memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk memposting dan membagikan hal yang di inginkan oleh penggunanya. Beragam aplikasi media social yang banyak digemari pada setiap aplikasi media social yang banyak di gemari pada setiap aplikasi memiliki fasilitas dan kriteria yang berbeda-beda. Misalnya instagram yang di buat untuk berbagi foto dan video yang kemudian membaginya kepada pengikutnya (followers) Instagram merupakan salah satu aplikasi media social yang sedang populer di kalangan masyarakat khususnya remaja untuk berbagi foto atau video bahkan hal pribadi sekalipun (Nasrulloh Dr.Rulli, 2018).

Dalam hal ini internet juga menjadi alat bisnis yang berbasis aplikasi, salah satunya adalah aplikasi yang kita kenal dengan TikTok. TikTok sebenarnya aplikasi yang menyajikan hiburan bagi para penggunanya, dengan fitur video dan music dengan durasi waktu hanya sekitar 30 detik saja atau lebih sederhananya adalah sebuah *platform* social video pendek yang di padukan dengan music. TikTok juga sudah terdaftar di *Playstore* yang mana playstore sendiri juga sebagai aplikasi fasilitas google yang memudahkan pengguna handphone untuk mengakses atau mendownload aplikasi-aplikasi lainnya seperti TikTok (Aji, 2018).

TikTok yang berperan sebagai jaringan social dan platform video music itu di luncurkan pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming. Dan di Indonesia sendiri di luncurkan pada bulan Mei 2017 (Aprilian et al., 2020). Aplikasi TikTok milik Zhang Yiming ini terbilang sukses, suksesnya aplikasi ini di buktikan oleh Firma intelejen aplikasi sensor tower yang menjelaskan bahwa jumlah install TikTok lebih tinggi di banding Facebook, Instagram, Snapchat dan youtube di AS. 4 Aplikasi terbesar itu mampu di lampau oleh TikTok dalam unduhan harian pada 29 September 2018 dimana 29% unduhan berdatangan pada aplikasi TikTok tersebut. Sampai saat ini pangsa pasar aplikasi tersebut terus menunjukkan peningkatan mencapai 42,2% unduhan pada tanggal 30 oktober lalu. Pengunduhan aplikasi TikTok di AS juga meningkat 23,7% di banding bulan oktober 2017 (Derioyanto & Qorib, 2019).

Selain sebagai media hiburan, aplikasi TikTok juga cukup ampuh untuk di andalkan dalam melakukan promosi produk. Di dukung saat ini sedang banyaknya

orang yang menggemari aplikasi tersebut, sehingga ini menjadi peluang yang besar jika menggunakan media social tersebut sebagai media promosi online. Ada segudang manfaat yang bias kita dapatkan jika melakukan promosi dengan menggunakan media social, misalnya dengan TikTok yang saat ini sedang tren. Di TikTok inilah orang bisa menjadi terlibat serta trinspitasi oleh adanya kampanye pemasaran, setiap pelaku bisnis akan membuat versinya sendiri-sendiri dalam memasarkan produk atau brand tersebut. (Hanief Syafi, 2020).

Selain itu juga masih banyak hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk melakukan promosi, salah satunya adalah dengan mengadakan sebuah event untuk meningkatkan Brand Image di masyarakat. Event telah menjadi bagian yang sangat populer pada program pemasaran dari banyak perusahaan, karena perusahaan melihat sebagai peluang promosi yang sangat baik. Perkembangan event marketing ini terus mengalami kemajuan yang pesat dan beberapa perusahaan banyak yang berinovasi dengan mencampurkan beberapa event. Event adalah tipe promosi yang sering digunakan perusahaan atau menghubungkan sebuah merek pada suatu acara atau sebuah pesta yang tematik yang mana dikembangkan dengan tujuan untuk menciptakan suatu pengalaman bagi konsumen dan mempromosikan suatu produk atau jasa tersebut. Para pemasar sering melakukan event marketing untuk mengasosiasikan produk mereka dengan aktivitas yang populer seperti acara olahraga, konser, bazar, atau festival Namun biar bagaimanapun juga para marketer tetap menyelenggarakan event mereka sendiri dengan tujuan promosi. (MC Graw Hill, 2009)

Event merupakan kegiatan penting dan menarik karena bentuknya yang berbeda serta polanya yang menawarkan aneka ragam aktivitas yang bisa dinikmati oleh banyak orang. Hasil riset menunjukkan bahwa event memberi nilai pengalaman yang berpengaruh secara positif dan signifikan pada kepuasan dan kepercayaan masyarakat (Wu, 2016).

Event juga merupakan bagian dari konsepsi atau gagasan secara sosial yang memiliki agenda dalam pemberian makna sebuah konsep bisnis yang berbeda, dengan para pengunjung atau komunitas yang berbeda serta desain event yang selalu berganti atau berubah. Hakikatnya event merupakan program yang lahir secara alamiah yang memadukan komunikasi pemasaran yang dapat berpengaruh langsung pada konsumen (Wu, 2016). Dalam komunikasi pemasaran terdapat sebuah proses dan konsep dari produk dan jasa yang terintegrasi dengan konsumen melalui saluran komunikasi (Chitty, 2008). Selain itu, festival dan event berkontribusi terhadap pendapatan ekonomi masyarakat lokal, meningkatkan perasaan gembira secara spiritual, hubungan dengan masyarakat dan ekonomi (Pan, Pan, & Huan, 2013). Aspek kepuasan pelanggan menjadi hal yang perlu diperhatikan karena memberikan efek jangka panjang terhadap event.

Raindropsdeco surabaya merupakan perusahaan jasa wedding organizer yang berjualan di bidang dekorasi pelaminan. Dekorasi bisa dijadikan suatu tanda bahwa tempat tersebut akan dilaksanakan sebuah acara, dan tentu saja dekorasi dapat membuat suasana tempat acara menjadi lebih harmoni. Dekorasi memiliki

ukuran yang beragam, dekorasi dengan sizer paling besar merupakan tempat utama perhelatan acara akan berlangsung. Dengan dekorasi semua mata akan tertuju pada satu titik, Salah satunya adalah dekorasi pelaminan. Beberapa pasangan pengantin mengharapkan konsep sebuah pernikahan yang berbeda, disini para pendekor-lah yang akan mewujudkan konsep tersebut. Apakah akan menggunakan dekorasi rustic, dekorasi glamor, atau dekorasi simple minimalis.

Banyak perusahaan Wedding Organizer yang mengadakan sebuah event dengan konsep dan keunikan yang ditawarkan dalam event mereka, Tujuannya untuk menarik minat masyarakat agar datang ke event yang mereka buat, semua perusahaan atau Brand membuat event pasti ada tujuan dan goals yang ingin dicapai seperti memperkenalkan produk baru atau hanya untuk meningkatkan citra mereka, Terlebih lagi dimasa Covid-19 saat ini, banyak masyarakat yang menghabiskan banyak waktu dirumah sehingga intensitas internet juga meningkat.

Rainsdropsdeco Surabaya merupakan suatu perusahaan di bidang wedding organizer yang mana melayani paket pernikahan lengkap mulai dari rias pengantin, dekor, terop bahkan sampai catering. Sebelum menggunakan Aplikasi TikTok dan Event sebagai media untuk memasarkan produknya Rainsdropsdeco Surabaya hanya memasarkan produknya melalui media Instagram facebook saja. Namun dari tahun ke tahun seiring dengan perkembangan dunia bisnis dalam bidang jasa wedding organizer, maka kompetitor jasa wedding pun semakin bertambah. Dengan bertambahnya kompetitor maka semakin menurun pula penjualan jasa pada Rainsdropsdeco Surabaya. Penurunan penjualan tersebut

khususnya di tahun 2017 yang hanya sekitar 15 konsumen yang menggunakan jasa Raindropsdeco Surabaya. Sebelum menggunakan Aplikasi TikTok dan Event, Raindropsdeco Surabaya hanya menggunakan media Instagram dan facebook saja sebagai media promosinya. Hal ini kurang efektif. Hal ini dikarenakan kurangnya segmentasi, maupun kurangnya peminat ketika pemasaran produk dilakukan di media Instagram facebook saja. Sehingga produk yang di pasarkan dalam media instagram dan facebook kurang menarik untuk di lihat oleh customer. Seiring berkembangnya waktu Raindropsdeco Surabaya menemukan ide-ide baru untuk meningkatkan penjualan produk jasanya melalui Aplikasi TikTok yang baru ini mulai meningkat peminatnya, bahkan setiap orang yang memiliki smartpone memiliki media social tersebut, banyak saat ini para owner-owner wedding organizer yang memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media promosinya. Dengan demikian akan menjadi peluang bagi Raindropsdeco Surabaya untuk meningkatkan lagi penjualan jasa weddingnya. Dan pada tahun 2019 setelah memanfaatkan aplikasi tiktok dan Event Raindropdeco Surabaya mengalami peningkatan dalam penjualan jasa weddingnya, yang dulu hanya sekitar 15 konsumen kali ini bisa mencapai 40 konsumen dalam setahun.

Maka dari itu penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh penggunaan Aplikasi TikTok dan Event sebagai media promosi online dalam meningkatkan daya minat beli Customer (Studi pada Followers Akun TikTok Raindropsdeco Surabaya).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan kesenjangan yang telah dijelaskan di latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah penggunaan Aplikasi TikTok berpengaruh terhadap peningkatan Daya Minat Beli Costumer ?
2. Apakah penggunaan Event berpengaruh terhadap peningkatan daya Minat Beli Costumer ?
3. Apakah penggunaan Aplikasi TikTok dan Event Berpengaruh terhadap peningkatan Daya Minat Beli Costumer ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah Aplikasi TikTok berpengaruh terhadap peningkatan Daya Minat Beli Costumer sebagai Alat promosi Online.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah Event berpengaruh terhadap peningkatan Daya Minat Beli Costumer.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Owner, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan pertimbangan dan sebagai sumber informasi yang bisa digunakan dalam mencapai keuntungan yang diharapkan.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan atau rujukan .
3. Bagi akademisi, hasil penelitian ini agar bisa dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya untuk mengembangkan pengetahuannya.