

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini menghadirkan banyak perubahan dikalangan masyarakat. Saat ini manusia tidak bisa menghindar dari perkembangan teknologi yang sedang terjadi dan mengharuskannya mengikuti perkembangan tersebut. Menurut Michael Hiltzik dalam (Febriliantini et al., 2024) teknologi adalah kumpulan pengetahuan, perangkat, dan metode yang dimanfaatkan untuk mencapai tujuan tertentu atau menyelesaikan permasalahan. Kemajuan teknologi khususnya di bidang internet banyak membuat perubahan dalam kehidupan sosial masyarakat begitu juga kebiasaan individu setiap orang. Kegunaan internet semakin meningkat seiring waktu. Internet saat ini memberikan kemudahan bagi orang-orang untuk berinteraksi dan menghubungkan dengan lingkungan yang lebih global.

Penyampaian informasi lebih mudah dan cepat tersampaikan karena banyaknya platform media sosial yang sekarang bisa di akses oleh seluruh masyarakat tanpa batasan usia. Platform media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp, tiktok dan media online lainnya menjadi tempat banyak orang berinteraksi dengan sesamanya. Banyaknya pengguna media sosial dikarenakan akses yang tanpa batas seperti orang-orang bisa saling melihat, mendengar, dan menyaksikan setiap kegiatan yang dilakukan sesamanya meskipun jarak yang jauh.

Perkembangan teknologi yang sangat cepat saat ini juga telah mengubah cara hidup manusia dalam aspek bisnis. Seluruh jenis usaha, mulai dari usaha kecil, pengusaha UMKM, hingga korporasi besar, saling berusaha untuk memanfaatkan kemajuan internet demi mendukung kegiatan bisnis mereka. Dengan keberadaan internet dan platform media sosial saat ini, para pengusaha lebih mudah berinteraksi dalam memperoleh produk atau menjalankan aktivitas pemasaran.

Peluang terhadap internet dan media sosial tidak berhenti hanya pada usaha produk. Banyak jenis usaha lainnya seperti usaha yang bergerak di bidang jasa begitu juga usaha di bidang pariwisata juga mulai memanfaatkan media internet dan media sosial sebagai salah satu sarana untuk menarik perhatian masyarakat. Faktor keberhasilan suatu perusahaan salah satunya adalah bagaimana promosi yang dilakukan. Perkembangan usaha dapat berjalan dengan diiringi adanya promosi yang intens dan berkesinambungan sehingga usaha tidak hanya bertahan namun juga mampu bersaing (Pamungkas, 2023).

Promosi adalah jenis komunikasi yang digunakan dalam pemasaran. Komunikasi pemasaran merujuk pada aktivitas yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, memengaruhi, mengajak, atau mengingatkan konsumen yang menjadi target terkait perusahaan serta produk-produk yang dimilikinya, agar mereka bersedia menerima, membeli, dan setia pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut (Arif Fakhrudin, Maria Valeria Roeliyanti, 2022). Dengan melakukan promosi, pelaku usaha mampu dengan lancar menginformasikan mengenai produk barang atau layanan yang ingin dipasarkan kepada pelanggan. Promosi bukan hanya sekedar penyampaian informasi akan sesuatu produk barang atau jasa. Promosi adalah aspek yang sangat krusial dalam bidang manajemen pemasaran, karena melalui upaya promosi yang dilakukan, konsumen yang sebelumnya tidak tertarik pada suatu produk, akan mulai memiliki keinginan untuk membeli produk yang sedang dipromosikan tersebut (Febriliantini et al., 2024).

Kegiatan promosi tidak hanya dilakukan secara *offline* namun bisa dilakukan dengan melalui internet dan media sosial atau disebut promosi *online*. Promosi *online* juga dapat diartikan sebagai sebuah tindakan yang dilakukan dalam memanfaatkan kemajuan di bidang teknologi informasi lewat platform media sosial dan pasar daring untuk memberikan informasi serta menjelaskan kepada calon pembeli mengenai suatu produk, baik berupa barang maupun layanan, tanpa perantara langsung, sehingga dapat memasarkan produk dengan jangkauan konsumen yang lebih luas (Britanny, 2022).

Dalam penelitian (Rosida & Haryanti, 2020), Konsep pemasaran digital adalah kegiatan yang memanfaatkan jaringan internet, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, guna melakukan promosi. Dengan demikian, pemasaran digital dapat diartikan sebagai metode untuk menyampaikan informasi mengenai produk atau layanan kepada konsumen dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, serta platform jual beli online seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan lainnya yang diakses melalui smartphone atau internet.

Promosi *online* saat ini sudah banyak diterapkan oleh setiap bisnis yang memiliki niat untuk mengembangkan jangkauan promosi mereka sekaligus mengurangi pengeluaran. Dengan menggunakan promosi *online*, pengeluaran jauh lebih rendah sehingga berdampak pada anggaran yang efisien. Selain itu promosi *online* juga memiliki jangkauan yang luas, dan bisa lebih mudah memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan serta terus terhubungnya dengan pelanggan secara *real time* yang berdampak pada loyalitas dan peningkatan penjualan suatu perusahaan.

Setiap promosi online yang dijalankan oleh perusahaan manapun memiliki sasaran yang serupa, yakni untuk memastikan bahwa penjualannya terus mengalami pertumbuhan. Penjualan adalah suatu rangkaian tindakan dalam mendistribusikan barang dari perusahaan kepada pelanggan atau pembeli melalui cara promosi yang dirancang untuk mempengaruhi pelanggan tersebut agar produk yang didistribusikan dapat terjual kepada mereka (Shafitri et al., 2023). Oleh karena itu, aktivitas pemasaran produk atau layanan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk meningkatkan angka penjualan.

Banyaknya perkembangan bisnis di Kota Gunungsitoli, yang meliputi sektor jasa, ritel, dan kuliner, tentunya menciptakan persaingan dalam hal penjualan dan promosi. Saat ini, para pengusaha, termasuk pelaku UMKM dan jenis usaha lainnya di Kota Gunungsitoli juga bersaing dalam memanfaatkan kemajuan teknologi di bidang internet dan media sosial untuk menunjang kegiatan bisnisnya seperti dengan melakukan promosi *online*.

AJ3 Playground kota Gunungsitoli merupakan salah satu tempat wisata rekreasi yang berlokasi di desa Afia Kecamatan Gunungsitoli Utara. Selain sebagai tempat wisata rekreasi *AJ3* juga menjadi tempat kuliner dengan menyediakan beberapa menu makanan dan minuman untuk setiap pengunjung yang datang. Dibuka pada bulan maret 2023 *AJ3* kini telah beroperasi kurang lebih selama 2 tahun. Sebagai tempat wisata rekreasi tentunya memiliki daya tarik tersendiri, salah satunya yaitu tersedianya fasilitas kolam renang baik untuk anak-anak begitu juga untuk orang dewasa.

Hadirnya *AJ3 Playground* di Kota Gunungsitoli menarik perhatian seluruh masyarakat. Selain fasilitas yang menarik, biaya untuk masuk ke dalam *AJ3* juga cukup terjangkau, yakni Rp. 10.000/orang. Terbukti pada awal dibuka, banyak masyarakat berbondong-bondong mengajak saudara, teman, dan keluarganya untuk berkunjung, bermain, dan menikmati setiap fasilitas yang ada. Tidak hanya masyarakat Kota Gunungsitoli, masyarakat disekitarnya juga seperti dari Nias Utara banyak berdatangan membawa keluarganya untuk liburan di *AJ3 Playground*.

Perjalanan bisnis tentu tidak selamanya lancar dan sesuai harapan. Seiring berjalannya waktu, *AJ3 Playground* yang dulunya pada awal dibuka pengunjung yang datang begitu banyak, dimana saat itu pengunjung tidak kenal hari kerja dan hari libur, setiap hari orang-orang berdatangan terus menerus. Berdasarkan hasil observasi sementara yang dilakukan oleh penulis, sesuai dengan pernyataan pemilik *AJ3 Playground* menjelaskan bahwa disaat pertama dibuka pengunjung *AJ3 Playground* mengalami peningkatan yang sangat besar, namun setelah beroperasi beberapa bulan, pengunjung yang datang mulai berkurang, saat ini pengunjung yang datang tidak sebanyak disaat *AJ3 Playground* pertama dibuka dan sekarang orang-orang lebih banyak datang disaat hari minggu atau hari libur saja.

Berdasarkan pengamatan awal, peneliti menemukan permasalahan yang terjadi di *AJ3 Playground* kota Gunungsitoli, yakni kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak *AJ3* baik itu promosi secara *offline* maupun *online*. Promosi yang dilakukan *AJ3 Playground* selama ini yaitu dengan memasang

banner atau papan merek di samping jalan pintu masuk dengan tulisan AJ3 *Playground*. Meskipun telah memasang banner di samping jalan, namun tidak cukup untuk menarik perhatian orang banyak karena hanya dilihat oleh orang yang melewati jalan tersebut. Banyak juga renovasi dan penambahan fasilitas yang dilakukan oleh AJ3 *Playground*, yang hal ini harusnya bisa menarik perhatian banyak orang untuk datang mengunjungi AJ3. Namun, karena kurangnya informasi atau promosi yang bisa dilihat banyak orang, hal itu tidak tersampaikan kepada masyarakat luas dan orang-orang tidak tau akan penambahan fasilitas tersebut.

Penelitian ini mengacu kepada penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Pamungkas, 2023), namun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada lokasi dan waktu penelitian. Penelitian terdahulu dilakukan di lokasi Coffe Shop Yutabar yang berlokasi di Kavling CBD Blok V No A-6, Jl. Galuh Mas Raya, Sukaharja, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat. Tempat ini bergerak di bidang kuliner dan diteliti pada tahun 2023. Sedangkan penelitian ini dilakukan di lokasi AJ3 *Playground* Kota Gunungsitoli yang terletak di Jl. Arah Awa'ai, Desa Afia, Kecamatan Gunungsitoli Utara, Kota Gunungsitoli, yang bergerak dibidang wahana permainan anak, dan penelitian ini dilakukan pada tahun 2025

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Peran Promosi Online Dalam Meningkatkan Penjualan Di AJ3 Playground Kota Gunungsitoli**”.

1.2 Fokus Penelitian

Menurut salah seorang ahli, Sugiyono dalam (Permata Hati Hasibuan, 2023) Fokus penelitian merupakan suatu rangkaian bentuk susunan permasalahan yang dijelaskan sebagai pusat atau pokok pembahasan di dalam suatu topik penelitian. Adanya fokus penelitian ini memiliki harapan agar penelitian memiliki fokus yang tepat, sehingga mampu mengumpulkan data dan melakukan analisis data sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini berfokus untuk

menganalisis peran promosi *online* dalam meningkatkan penjualan di AJ3 *Playground* Kota Gunungsitoli.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian bertujuan untuk mengarahkan penulis dalam menjawab pokok-pokok permasalahan yang ada dalam penelitian. Oleh karena itu, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sistem promosi *online* yang telah diterapkan oleh AJ3 *Playground* Kota Gunungsitoli?
2. Bagaimana peran promosi *online* dalam meningkatkan penjualan di AJ3 *Playground* Kota Gunungsitoli?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana sistem promosi *online* yang telah diterapkan oleh AJ3 *Playground* kota Gunungsitoli.
2. Untuk mengetahui bagaimana peran promosi *Online* dalam meningkatkan penjualan di AJ3 *Playground* kota Gunungsitoli.

1.5 Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan memperkaya wawasan tentang peran promosi *online*. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan analisis peran promosi *online* dalam meningkatkan penjualan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini menambah wawasan empiris dan pengalaman peneliti untuk memahami peran promosi *online* dalam meningkatkan penjualan. Melalui analisis data yang dilakukan, peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana perusahaan melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan mereka. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi

peneliti dalam melakukan penelitian lanjutan dengan pendekatan yang lebih mendalam atau komparatif di berbagai perusahaan lainnya.

b. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Nias

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan kajian dalam pengembangan teori kepada Mahasiswa/i maupun dosen Universitas Nias dalam memahami bagaimana peran promosi *online* dalam meningkatkan penjualan. Serta menambah referensi hasil-hasil penelitian di lingkungan kampus.

c. Bagi Lokasi Penelitian

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dalam membuat kebijakan serta sebagai dasar dalam melakukan promosi, terutama mengenai promosi *online* yang berguna untuk menjangkau konsumen dan meningkatkan penjualan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna dalam menganalisis peran promosi *online*.