

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hasil survei yang dilakukan oleh LIPI, menyatakan bahwa 95% usaha di Indonesia mengalami penurunan omset akibat masuknya virus corona sejak bulan Maret lalu. Melansir dari data Kementerian Koperasi dan UKM, 37 ribu UMKM mengalami dampak, 56% memberikan laporan mengenai penurunan penjualan, dan 22% memiliki masalah pembiayaan. Dilansir dari CNN Indonesia, menurut Dewi (2020) Indonesia mengalami penurunan laba yang signifikan, hal tersebut disebabkan oleh biaya produksi tetap tapi biaya penjualan menurun. Jika hal tersebut terus terjadi, sekitar 85% pemilik usaha mengaku hanya bisa bertahan selama 1 tahun saja. Mantan kepala staff kepresidenan Teten (2020) mengatakan dalam webinarnya, jika masalah UMKM bisa teratasi maka kita bisa menanggulangi kemiskinan. Peran UMKM sangat penting, karena bisa menyerap 89,2% total tenaga kerja, menyediakan 99% lapangan kerja, menyumbang PDB nasional sebesar 60,34%, menyumbang 14,17% dari hasil ekspor dan menyumbang 58,18% dari total investasi. Karena memiliki pengaruh yang besar terhadap perekonomian Indonesia, maka UMKM tidak boleh dipandang sebelah mata.

Prima Jaya merupakan usaha bengkel bubut yang sudah berdiri sejak tahun 2000 yang awalnya merupakan sebuah *home industry* dan akhirnya berkembang menjadi perusahaan besar yang berada di daerah Sepatan Tangerang. Pada tahun

2017 perusahaan ini mencoba berjualan spare part mobil, Alasannya karena perusahaan tersebut sangat bergantung kepada perusahaan besar yang menjadi konsumennya selama ini dan perusahaan ini ingin berkembang lebih besar lagi. Di tahun 2017 Prima Jaya mengalami masalah ekonomi karena beberapa perusahaan yang menjadi konsumennya bangkrut, hal ini jelas mempengaruhi ekonomi Prima Jaya. Maka munculah ide untuk mencoba berjualan produk spare part mobil yang di produksi secara sendiri atau *after market*, akan tetapi penjualannya tidak sebagus yang diinginkan. Setelah melakukan penelitian lebih lanjut, Prima Jaya belum pernah melakukan promosi sehingga produk yang dijualnya kurang dikenal oleh masyarakat. Dan juga media sosial yang tidak dikelola secara baik, hal ini terlihat dari unggahan terakhir di media sosialnya pada tahun 2017.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang digital marketing Prima Jaya agar dapat memperkenalkan produknya kepada masyarakat ?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah yang penulis perhatikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Geografis : Jakarta – Tangerang (urban ataupun sub urban)
- b. Demografi : SES B
- c. Psikografi : Orang yang aktif menggunakan kendaraan roda empat, orang yang bingung dalam memilih produk spare part yang tepat untuk kendaraanya, dan orang yang memiliki ketertarikan di bidang otomotif.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Penulis berharap dengan hasil penelitian ini, Prima Jaya memiliki digital marketing yang selalu dapat memperkenalkan dan mengingatkan produknya kepada masyarakat.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

- Manfaat bagi penulis adalah dapat belajar mengenai dunia spare part mobil dan juga *digital imaging*.
- Bagi pembaca manfaat yang didapatkan adalah mendapatkan edukasi tentang cara merancang digital marketing untuk sebuah perusahaan atau *corporate* secara bertahap dan bisa mempraktekan ilmu yang didapat dari tugas akhir ini.
- Bagi Universitas manfaat yang di dapat adalah menambah materi dalam membuat media promosi, agar mahasiswa bisa memahami proses pembuatan sebuah digital marketing untuk perusahaan.