

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Disrupsi akibat berkembangnya teknologi digital telah merambah ke berbagai bidang dan kehidupan, salah-satunya adalah bidang ekonomi. Menurut Rhenald Khasali dalam bukunya *Disruption* mengatakan bahwa teknologi digital telah menggerus semua sendi kehidupan, maka sebaiknya beradaptasilah dengan perubahan tersebut atau kita akan tergerus oleh perubahan tersebut. Perubahan tersebut mulai disadari oleh berbagai pemilik usaha agar tetap sustainable dan terus tumbuh berkembang, salah-satunya menurut Hermawan Kartajaya dalam bukunya *Marketing 4.0* adalah banyaknya pemilik usaha mulai menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan usahanya. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informasi di Indonesia yang dikutip dari *skalanews.com* pada 9 Maret 2021 menyatakan bahwa pertumbuhan penggunaan *e-commerce* di Indonesia sudah meningkat 78% dari tahun 2018 ke tahun 2020 atau masuk kategori pertumbuhan *e-commerce* 10 besar dunia.

Liga Arloji adalah salah satu usaha peritel berbagai merek jam tangan *branded* yang berlokasi di Plaza Atrium Senen dan sudah berdiri sejak tahun 2015, dengan produk jam tangan pria, wanita, *unisex*, *couple* dan jam dinding sebagai produk unggulannya. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pemilik usaha ini sudah mulai menggunakan *e-commerce* dan media sosial sejak tahun 2018, dengan alasan mengikuti *tren* usaha para rekan-rekan atau koleganya. Menurut beliau *e-commerce* dan media sosial adalah saluran utama untuk dapat survive dalam menjalankan usahanya, karena itu haruslah ada usaha lebih dalam melakukannya, seperti membuat informasi produk yang jelas, bagaimana mendapatkannya, tentunya dengan desain yang menarik perhatikan sasarannya.

Menurut pakar marketing Philip Kotler dalam buku *Marketing 4.0*

menyatakan dalam masa disrupsi ekonomi ini para pemilik usaha harus kreatif agar bisa survive dan mengikuti keinginan konsumen yaitu, harus terus bergerak ke arah marketing digital, karena terdapat perubahan perilaku konsumen dalam mendapatkan sebuah produk. Konsumen lebih memilih saluran *e-commerce* sebagai media pembelian, dengan mencari sendiri informasi menggunakan teknologi digital melalui *smartphone* atau media gadget lainnya.

Berdasarkan uraian hasil wawancara pada pemilik usaha Liga Arloji Bong Yulianto dan atas rekomendasi ahli marketing, maka diperlukan usaha untuk menyelamatkan bisnis dari disrupsi ekonomi, salah-satunya dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai media informasi, sekaligus hal utama yang harus dilakukan para pebisnis ritel tersebut. Hal tersebut sesuai dengan kondisi usaha Liga Arloji di Plaza Atrium Senen yang mulai merasakan dampak disrupsi ekonomi akibat bergesernya pola konsumen dan traditional ke digital, hal yang mungkin dilakukan adalah dengan mulai memperhatikan media *online* yang mereka miliki dengan membenahi cara komunikasi dengan pelanggannya, salah-satunya dengan merancang media promosi *online* agar bisnis ini terhubung dengan para konsumen sehingga dapat meningkatkan kembali omzet dari usaha tersebut.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun rumusan masalah adalah bagaimana perancangan promosi *online* Liga Arloji di Plaza Atrium agar dapat menjangkau konsumennya di era disrupsi ekonomi ?

## 1.3 Batasan Masalah

Membatasi Dalam perancangan promosi *online* Liga Arloji memiliki segmentasi *target audience* adalah sebagai berikut:

a. Demografis

Usia Primer : 21-30 tahun

Usia Sekunder : 31-55 tahun

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Kelas Ekonomi : SES B+

b. Geografis

Kota : DKI Jakarta

Provinsi : Jakarta Pusat

c. Psikografis

Orang yang senang menggunakan media digital untuk aktivitasnya dan mencari informasi lewat internet.

## 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan untuk tugas akhir ini adalah merancang promosi *online* Liga Arloji di Plaza Atrium agar dapat menjangkau konsumennya di era disrupsi ekonomi?

## 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat Perancangan Promosi *Online* Liga Arloji Jakarta, dibagi menjadi tiga bagian antara lain:

### 1. Bagi Penulis

Perancangan Promosi *Online* Liga Arloji Jakarta merupakan sebuah pengetahuan dan wawasan untuk penulis sehingga dapat belajar merancang sebuah promosi dengan baik dan benar.

## **2. Bagi Liga Arloji**

Perancangan Promosi *Online* Liga Arloji Jakarta merupakan sebuah promosi jam tangan *online* agar masyarakat memberli jam tangan Liga Arloji secara *online*.

## **3. Bagi Universitas**

Perancangan tugas akhir ini menjadi salah satu promosi *online* jam tangan yang akan dapat dipelajari oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dalam penulisan tugas akhir ini.

