

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam strategi pemasaran yang digunakan oleh berbagai jenis usaha, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah. Sekarang, *website* dan media sosial tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar, membangun hubungan dengan konsumen, dan meningkatkan daya saing usaha (Hendra, n.d.). Oleh karena itu, setiap pelaku usaha harus bisa menyesuaikan strategi pemasarannya dengan perkembangan teknologi agar tetap bisa bersaing di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan media digital. (Pangestuti Yosinta & Sudrajat Bayu, 2025)

UD. Agung Lestari adalah usaha dagang yang bergerak di bidang penjualan pestisida, pupuk, obat hama tanaman, benih, dan berbagai kebutuhan pertanian lainnya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, usaha ini memiliki sekitar 120 pelanggan aktif, dengan lebih dari 70% merupakan pelanggan tetap yang melakukan pembelian secara berulang. Namun, pelanggan dari luar daerah masih sedikit, sehingga jangkauan pemasaran masih didominasi oleh wilayah sekitar toko. UD. Agung Lestari menyediakan kurang lebih 20 jenis produk pertanian yang dipasarkan secara langsung kepada konsumen. Kegiatan promosi masih mengandalkan WhatsApp serta komunikasi langsung dengan pelanggan,

sehingga penyebaran informasi produk belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, sebagian besar penelitian hanya membahas penggunaan media sosial sebagai sarana promosi atau implementasi *website e-commerce* secara terpisah. Penelitian lain juga lebih banyak mengkaji penerapan *Marketing Mix 4P* tanpa mengintegrasikan setiap elemennya ke dalam sistem pemasaran digital yang terhubung secara langsung. Oleh karena itu, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai penerapan strategi pemasaran yang menggabungkan konsep *Marketing Mix 4P* dengan *website e-commerce* berbasis *WordPress WooCommerce* serta pemanfaatan media sosial *Tiktok* dalam satu sistem pemasaran yang saling terintegrasi. (Arija Fachriyan & Rahayu Waluyati, n.d.)

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mengintegrasikan *Marketing Mix 4P* dengan *website WordPress WooCommerce* dan media sosial *Tiktok* sebagai sarana promosi digital pada UD. Agung Lestari. Dengan demikian, diharapkan jangkauan pemasaran bisa diperluas, brand awareness bisa ditingkatkan, konsumen bisa dengan mudah memperoleh informasi produk, dan penjualan bisa meningkat sehingga usaha bisa berkembang secara lebih efektif dan berkelanjutan di era digital.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana situasi proses bisnis yang sedang berlangsung di UD. Agung Lestari dalam mendukung kegiatan usaha saat ini?
2. Apa saja perbaikan pada proses bisnis yang bisa dilakukan untuk membantu pengembangan strategi bisnis yang berfokus pada digital?
3. Bagaimana implementasi sistem informasi berbasis *WordPress* *WooCommerce* dalam mendukung strategi Marketing Mix 4P di UD. Agung Lestari?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi agar pembahasan tetap terarah dan tidak melebar dari fokus yang telah ditentukan. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada UD. Agung Lestari sebagai objek penelitian.
2. Fokus penelitian terbatas pada kegiatan pemasaran dan penjualan produk. sistem yang digunakan berupa *website e-commerce* berbasis *WordPress* dan *WooCommerce*.
3. Media promosi yang digunakan hanya *Tiktok*.
4. Strategi bisnis yang digunakan terbatas pada Marketing Mix 4P.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan strategi bisnis yang didukung oleh sistem informasi dalam meningkatkan efektivitas pemasaran dan penjualan. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis kondisi proses bisnis yang sedang berjalan di UD. Agung Lestari untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan kegiatan usaha serta mengidentifikasi permasalahan yang memengaruhi pengelolaan bisnis. Menganalisis kebutuhan sistem pemasaran digital yang sesuai dengan situasi dan karakteristik usaha UD. Agung Lestari.
2. Merancang perbaikan proses bisnis yang sesuai dengan kebutuhan UD. Agung Lestari melalui pendekatan berbasis digital sebagai upaya mendukung pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif, efisien, dan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Mengimplementasikan situs web berbasis *WordPress WooCommerce* sebagai sarana informasi dan pemasaran produk untuk UD. Agung Lestari.
3. Mengimplementasikan sistem informasi berbasis *WordPress WooCommerce* sebagai media pendukung strategi Marketing Mix 4P pada UD. Agung Lestari guna meningkatkan penyampaian informasi produk, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendukung pengelolaan kegiatan pemasaran secara lebih optimal. Mengevaluasi perubahan dalam jangkauan pemasaran dan potensi penjualan setelah menerapkan situs web *WordPress WooCommerce* dan media sosial *Tiktok* di UD. Agung Lestari.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memiliki nilai praktis dalam mendukung penerapan strategi bisnis berbasis sistem informasi, khususnya pada usaha

kecil menengah. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa memperluas pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam menerapkan teori strategi bisnis, pemasaran digital, serta sistem informasi di dalam konteks usaha yang sesungguhnya. Melalui studi di UD. Agung Lestari, peneliti mendapatkan pengalaman di dalam mengidentifikasi masalah, mengumpulkan informasi, melakukan analisis, dan merancang solusi yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Selain itu, penelitian ini juga membantu peneliti memahami penerapan Marketing Mix 4P yang digabungkan dengan platform *website WordPress WooCommerce* dan media sosial *Tiktok* sebagai alat untuk pemasaran digital. Pengalaman ini diharapkan dapat memperbaiki kemampuan berpikir kritis, keterampilan analisis, dan kemampuan penelitian yang akan berguna dalam pengembangan akademik dan profesional di masa depan.

2. Bagi UD. AGUNG LESTARI

Penelitian ini ditujukan untuk memberikan keuntungan bagi UD. Agung Lestari dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efisien dengan memanfaatkan teknologi digital. Penggunaan platform *WordPress WooCommerce* dan aplikasi media sosial *Tiktok* dapat mendukung bisnis dalam memperluas area pasar, mempermudah penyampaian informasi mengenai produk, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Di

samping itu, pendekatan yang diterapkan diharapkan mampu memperbesar kesadaran merek agar produk lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dengan semakin besarnya pasar yang dapat dijangkau, harapannya peluang untuk mendapatkan pelanggan baru dan meningkatkan omzet penjualan juga akan semakin meningkat, sehingga dapat mendukung perkembangan usaha yang berkelanjutan.

3. Bagi Kampus

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi lembaga pendidikan, khususnya sebagai sumber referensi akademis yang berkaitan dengan strategi bisnis, pemasaran digital, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan usaha. Temuan dari penelitian ini dapat berfungsi sebagai informasi yang penting bagi mahasiswa dan dosen yang tertarik dengan bidang sistem informasi, manajemen bisnis, dan pemasaran digital. Dengan hadirnya penelitian ini, institusi pendidikan dapat menambah koleksi karya ilmiah yang membahas penerapan teori untuk mengatasi masalah yang muncul dalam dunia usaha secara langsung.

Selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan contoh penerapan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di lapangan. Ini membuktikan bahwa teori yang dipelajari tidak hanya bermanfaat untuk tujuan akademis, tetapi juga dapat diterapkan untuk membantu menyelesaikan tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi menjadi sebuah langkah

kontribusi dari perguruan tinggi dalam mendukung pertumbuhan usaha berbasis teknologi digital.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas koleksi penelitian yang ada di kampus sehingga dapat dimanfaatkan sebagai bahan ajar atau referensi bagi mahasiswa yang merancang tugas akhir dengan topik serupa. Di samping itu, penelitian ini dapat memacu pengembangan penelitian lebih lanjut yang lebih mendalam mengenai strategi bisnis dan pemasaran digital di berbagai jenis usaha. Dengan hadirnya penelitian ini, posisi kampus sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat semakin kuat di tengah dinamika dunia bisnis yang terus berubah.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan serta perbandingan bagi peneliti yang ingin mengkaji lebih dalam tentang strategi bisnis, pemasaran digital, maupun sistem informasi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat dipakai sebagai landasan dalam memahami keadaan usaha yang masih bergantung pada cara pemasaran tradisional dan juga adanya peluang pengembangan melalui teknologi digital. Jadi, penelitian ini bisa membantu peneliti berikutnya dalam merancang kerangka penelitian yang lebih relevan dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini.

Di samping itu, penelitian ini memberikan perspektif tentang implementasi Marketing Mix 4P yang dikombinasikan dengan platform

website WordPress WooCommerce dan media sosial *Tiktok* untuk mendukung aktivitas pemasaran. Informasi ini dapat dimanfaatkan untuk evaluasi serta pengembangan bagi penelitian lain yang memiliki fokus atau tantangan serupa. Peneliti di masa depan juga bisa memperluas penelitian ini dengan memasukkan metode, variabel, serta teknologi yang berbeda agar hasil yang didapatkan menjadi lebih komprehensif.

Di samping itu, penelitian ini diharapkan dapat membuka jalan bagi kajian baru tentang strategi pemasaran digital untuk usaha mikro, kecil, dan menengah, khususnya di sektor perdagangan alat pertanian. Dengan adanya penelitian lebih lanjut, berbagai temuan dari studi ini dapat diuji pada objek yang berbeda sehingga menghasilkan wawasan yang lebih bervariasi. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai fondasi untuk mendukung pengembangan penelitian di masa yang akan datang.