

# BAB I

## PENDAHULUAN

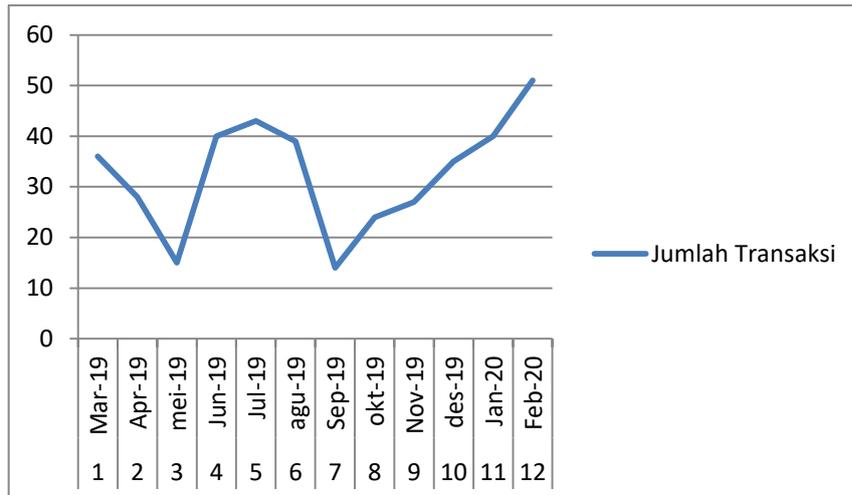
### 1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi yang semakin masif, perkembangan teknologi dan informasi yang semakin cepat dan tanpa batas antara satu wilayah dengan wilayah lain menyebabkan masyarakat sangat kritis dalam membeli sebuah produk ataupun jasa, hal ini mendorong setiap bisnis untuk terus beradaptasi dalam memasarkan produk dan jasa yang dimilikinya.

Saat ini perkembangan media promosi berbasis internet banyak digunakan oleh para pelaku usaha terlebih lagi UMKM, hal ini memiliki dampak positif bagi pelaku usaha kecil untuk dapat bersaing dengan usaha yang sudah besar. Media inilah yang disebut dengan media baru (*new media*) dalam media baru ada kombinasi antara komunikasi interpersonal dengan komunikasi massa. Karena menjangkau khalayak secara global maka bisa dikatakan komunikasi massa, dan pada saat yang sama karena pesan yang ada dibuat, diarahkan, dan dikonsumsi secara personal, maka dikatakan komunikasi interpersonal (Hamidati, 2011).

Seperti halnya yang dilakukan oleh bisnis *supernoval* yang merupakan salah satu toko fashion lokal. *Supernoval* telah didirikan sejak tahun 2020 oleh anak muda inspiratif yaitu Zacky Nouval adapun produk dari *supernoval* ini adalah kaos *custom* yang mana konsumen bebas memilih atau menggambarkan ide dan dituangkan ke dalam kaos *supernoval*. Pada awalnya strategi promosi yang dilakukan oleh *supernoval* adalah dengan memanfaatkan beberapa media marketplace dan media sosial seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Instagram dan Tiktok. Tetapi pada tahun 2021 *Supernoval* lebih memfokuskan media periklanannya dengan menggunakan *platform* Facebook Ads. Alasannya menurut pengalaman Zacky berjualan melalui media *e-commerce* dinilai kurang cocok untuk produk kaos *Supernoval* karena rawan untuk banting-bantingan harga dengan kompetitor lain alhasil volume penjualan melalui *e-commerce* cenderung rendah dibandingkan berjualan melalui media Facebook ads.

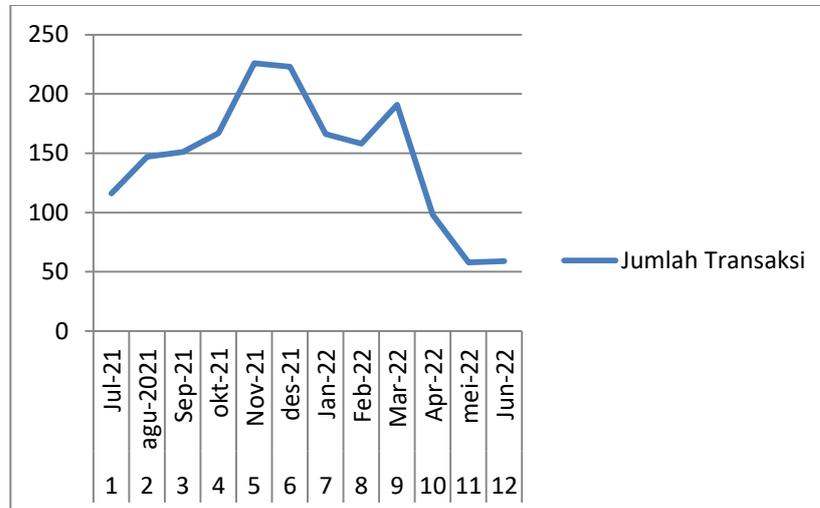
Dibawah ini adalah grafik perbandingan volume penjualan dari *e-commerce* dan Facebook ads:



**Gambar 1. 1 Jumlah Volume Transaksi E-commerce Supernouval Selama 1 Tahun**

**Sumber: Data Penjualan E-commerce Supernouval**

Apabila melihat volume transaksi penjualan Supernouval diatas menggunakan platform *e-commerce* terlihat bahwa penjualan Supernouval sangat minim dan tidak stabil. Berbeda setelah menggunakan media Facebook untuk beriklan, volume transaksi penjualan terlihat meningkat dengan pesat seperti yang dapat dilihat pada grafik transaksi penjualan melalui Facebook dibawah ini.

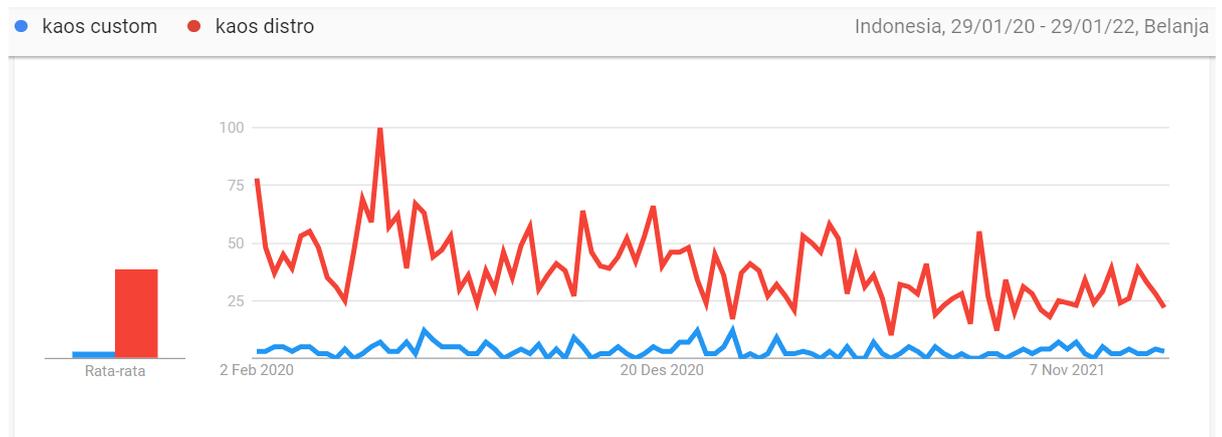


**Gambar 1. 2 Volume Transaksi Penjualan Facebook Ads Supernouval Dalam 1 Tahun**

**Sumber: Data Penjualan Facebook Ads Supernouval**

Pada bisnis Supernouval produk yang dijual adalah kaos *custom*. Penulis melihat persaingan bisnis kaos *custom* ini masuk dalam kategori bisnis *red ocean*

dalam artian sangat banyak kompetitor yang memainkan bisnis serupa bahkan memiliki kualitas yang sama bahkan kualitas yang lebih bagus.



**Gambar 1. 3 Data Minat Beli Konsumen Terhadap Baju Kaos**

**Sumber: Google Trends 2020-2022**

Ditambah lagi, Apabila melihat grafik minat belanja dari Google *Trends* selama dua tahun terakhir, minat belanja konsumen terhadap kaos distro lebih besar dibandingkan membeli kaos *custom*. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Supernouval untuk bisa memenangkan hati pelanggan di tengah persaingan bisnis kaos.

Untuk itulah dalam menjalankan sebuah bisnis, aktivitas pemasaran sangatlah berperan penting untuk meraih tujuan dari sebuah usaha yaitu mendistribusikan produk dari produsen ke konsumen sehingga akan mendatangkan keuntungan untuk perusahaan. Ketika penjualan sebuah produk atau jasa banyak terserap baik oleh pasar, berarti pelanggan banyak membutuhkan produk atau jasa yang dijual, hal ini tentunya suatu indikator yang baik untuk kelangsungan sebuah bisnis.

Dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat bukannya tidak mungkin sebuah perusahaan untuk terus meningkatkan volume penjualan dan juga keuntungan yang didapatkan pun akan semakin maksimal, dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) terdapat empat variabel yang merupakan inti dari aktivitas pemasaran, yaitu: *product*, *price*, *place*, *promotion* (Kotler & Keller, 2012).

Sebagai bagian daripada aktivitas pemasaran, promosi merupakan suatu sarana untuk menjembatani informasi produk dari produsen kepada konsumen,

Hilmaan Imaa Muddin, 2022

IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI USAHA KAOS CUSTOM SUPERNOUVAL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kegiatan promosi yang dilakukan dengan baik akan berdampak kepada penerimaan pesan yang baik tentang produk atau jasa yang ditawarkan, dalam melakukan aktivitas promosi penting untuk memperhatikan bauran promosi, Kotler menyatakan bahwa bauran promosi (*Promotion Mix*) terdiri dari 6 indikator, yaitu: periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), hubungan masyarakat dan publisitas (*publicity*), promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan pemasaran online (*online marketing*) (Kotler & Armstrong, 2019). Supaya aktivitas promosi dapat berjalan secara efektif dan efisien tim promosi perusahaan harus bisa memaksimalkan variabel-variabel bauran promosi dengan baik dan bisa menyampaikan informasi tentang produk yang ditawarkan dengan cara-cara kreatif menggunakan berbagai media baik media cetak atau berbagai macam media elektronik (Kotler, 2001). Penyampaian informasi yang baik diharapkan akan meningkatkan rasa ingin tahu dan penasaran konsumen untuk mencoba produk yang ditawarkan. Dengan adanya aktivitas promosi tersebut harapannya perusahaan bisa menggaet calon konsumen sebanyak-banyaknya dan bisa mengkonversi menjadi pelanggan loyal bagi perusahaan sehingga produk yang dijual akan terserap dengan baik oleh pasar.

Meskipun dalam bisnis kaos ini banyak kompetitor, tetapi selama perjalanan Supernouval dari rentang waktu 2019-2022, Supernouval mampu merekrut total 9 karyawan sehingga dapat memberikan lapangan pekerjaan untuk anak muda di sekitar. Selain itu Zacky mulai merambah bisnis lain yaitu bisnis edukasi. Dalam bisnis ini Zacky membuka kelas belajar untuk mempelajari Facebook Ads. Kemudian di tahun 2022 mulai membangun bisnis di bidang kerajinan tangan khas Tasikmalaya.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti strategi promosi yang dilakukan bisnis supernouval serta faktor yang mempengaruhi strategi promosinya sehingga bisnis kaos *custom* yang dijalani dapat bersaing di antara banyaknya kompetitor dengan produk serupa.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah pada penelitian adalah:

1. Bagaimana gambaran strategi promosi kaos *custom* Supernouval sebelum menggunakan Facebook ads?
2. Bagaimanakah faktor pendukung dan penghambat strategi promosi kaos *custom* Supernouval menggunakan Facebook ads?
3. Bagaimanakah implementasi strategi promosi kaos *custom* Supernouval menggunakan Facebook Ads?

## 1.3. Tujuan

1. Untuk mendeskripsikan gambaran strategi promosi kaos *custom* Supernouval sebelum menggunakan Facebook ads.
2. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor pendukung dan penghambat strategi promosi digital bisnis Supernouval pada *platform* Facebook ads.
3. Untuk mendeskripsikan implementasi strategi promosi digital bisnis supernouval pada Facebook Ads.

## 1.4. Manfaat

### a. Manfaat Teoritis

Hasil daripada penelitian ini diharapkan bermanfaat dan menambah khazanah keilmuan kepada akademisi serta memberikan sumbangsih bagi penelitian di bidang strategi promosi berbasis digital terutama peningkatan efisiensi promosi di Facebook ads.

### b. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi bisnis supernouval, bisa mengetahui kelebihan dan kekurangan dari strategi promosi yang sudah dijalankannya.
2. Bagi penulis sendiri, penelitian ini akan bermanfaat dan menjadi media pembelajaran untuk menjalankan strategi promosi bisnis penulis dikemudian hari.

3. Dan bagi khalayak umum penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dan menambah pengetahuan tentang strategi promosi menggunakan Facebook ads bagi setiap orang yang membaca dan mempelajarinya.