

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan Authentic Guards Technology area Bandung merupakan perusahaan startup yang terletak di Jl. Pasirluyu VII No.7, Ancol, Kec. Regol, Kota Bandung. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, perusahaan ini menyediakan aplikasi berupa sistem scanning QR code untuk mengautentikasi suatu produk. Perusahaan ini buka setiap hari senin sampai jumat, buka jam 09.00-21.00 WIB. Sedangkan hari sabtu dan minggu tutup. Apabila ingin mengetahui informasi lebih lanjut seputar produk, harga dan lain sebagainya dapat menghubungi melalui nomor telepon 0817-1717-4113.



GAMBAR 1.1
Logo Perusahaan

Sumber: Data Perusahaan, 2020

Didirikan pada tahun 2017, Authentic Guards Technology adalah perusahaan global dengan tim di Eropa dan Asia. Melindungi merek dari pemalsuan secara global. Untuk pelanggan, Authentic Guards adalah cara yang paling sederhana untuk memeriksa keaslian produk. Dipercaya oleh berbagai merek ternama diberbagai sektor mulai dari mode hingga barang konsumen. Untuk pedagang, ini memberikan perlindungan global terhadap pemalsuan dan meningkatkan nilai produk. Selain itu, perusahaan menyediakan analitik dan alat untuk

meningkatkan pengalaman pelanggan dengan menjadi mitra perusahaan.

Untuk pedagang dapat melindungi mereknya. Dapat meningkatkan merek nilai produk dan jaminan pelanggan. Authentic Guards adalah label aman yang mendukung kepercayaan dan legitimasi pelanggan pada produk client. Label yang dapat diverifikasi memastikankan orisinalitas dan memberi client jaminan maksimum, serta perlindungan global terhadap pemalsuan. Untuk pelanggan mendapat kebanggaan sebenarnya. Merasa aman membeli produk apapun menggunakan Authentic Guards sangat cepat dan mudah. Verifikasi tag produk menggunakan komputer, ponsel cerdas atau tablet untuk memeriksa apakah pelanggan telah membeli produk asli, sehingga pelanggan akan mendapatkan semua kebanggaannya.



GAMBAR 1.2

Produk Perusahaan

Sumber: Data Perusahaan, 2020

Authentic Guards memiliki kantor yang beroperasi di Bandung yang berada di JL. Pasir luyu no.7 dan memiliki kantor produksi yang berada di Jakarta. Kantor di Bandung biasanya digunakan untuk menerima client, melakukan negoisasi kesepakatan kepada client, tempat bekerjanya karyawan di bagian sistem aplikasi dan lain sebagainya. Harga QR code yang ditawarkan kepada client yaitu berupa paket dari 500 hingga puluhan ribu, *per-pieces* yaitu Rp.,2.400,-. Harga menyesuaikan dengan paket yang diinginkan dan di negoisasi dari Authentic Guards dengan *client* nya.

1.2 Latar Belakang Masalah

Umumnya, sebuah startup dimulai dengan menggunakan modal pendirinya, kemudian mereka mencari angel investor. Setelah itu, startup yang beruntung bisa mendapatkan modal dari

venture capital. Masalahnya, BEKRAF menyebutkan, sumber pendanaan untuk membantu pembiayaan industri ekonomi kreatif biasanya datang dari dana perbankan, karena 90 persen lebih dana masyarakat tersimpan di sana. Perbankan tidak bisa memberikan modal pada bisnis yang berisiko terlalu tinggi seperti startup. (www.cnnindonesia.com, 2017).

TABEL 1.1
Rangking Negara tentang Perusahaan Startup

Peringkat Teratas Startup Decacorn di Dunia		
Perusahaan	Negara	Pendapatan
Bytdance	China	US\$75 miliar
Uber	Amerika	US\$72 miliar
Didi Chuxing	China	US\$56 miliar
WeWork	Amerika	US\$47 miliar
Airbnb	Amerika	US\$29,3 miliar
SpaceX	Amerika	US\$21,5 miliar
Stripe	Amerika	US\$20 miliar
JUUL Labs	Amerika	US\$15 miliar
Epic Games	Amerika	US\$15 miliar
Pinterest	Amerika	US\$12,3 miliar

Sumber: www.merdeka.com, 2019

Untuk perusahaan startup teknologi berbasis QR code sedikit sulit untuk berkembang di karenakan kurangnya edukasi dengan masyarakat mengenai pentingnya membeli produk yang asli. Walaupun di liat dari pesaing Authentic Guards sendiri, tidak ada produk yang sama persis dengan Authentic Guards secara kegunaan dan sistemnya. Hal ini yang menjadi tantangan dalam mengembangkan perusahaan startup ini di Indonesia.

Di zaman sekarang ini sudah banyak sekali perusahaan yang menggunakan QR code buatan perusahaan itu sendiri dengan fungsi yang berbeda-beda seperti menerima dan mengirim data, bertransaksi, begitu juga memvalidasikan suatu produk. Ada beberapa perusahaan yang menggunakan sistem mereka sendiri antara lain:

TABEL. 1.2

Perusahaan yang Menggunakan QR Code Sendiri

Perusahaan	Fungsi
Bank Indonesia	Pengambilan dan Penerimaan Data
Gojek	Transaksi
OVO	Transaksi
Shopee	Transaksi

Sumber: Olahan Data Penulis, 2020

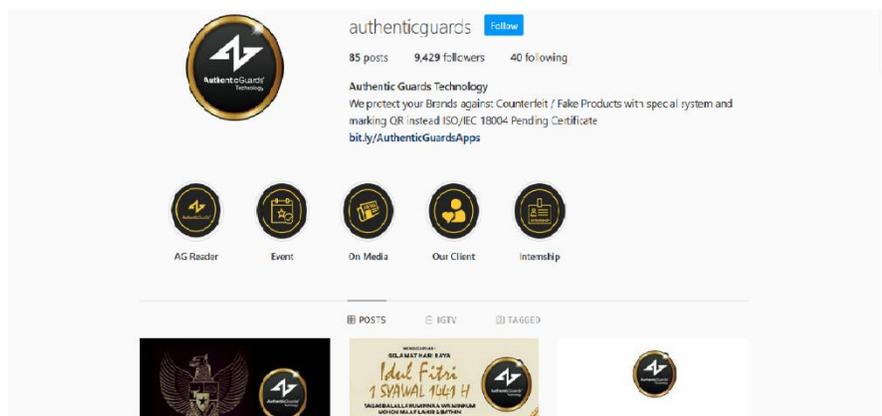
Hasil survei Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) menemukan fakta besarnya kerugian ekonomi nasional akibat praktik pemalsuan produk. Pada tahun 2005, kerugian ekonomi mencapai Rp4,41 Triliun dan terakhir pada tahun 2014, meningkat tajam menjadi Rp65,1 Triliun.

MIAP belum memiliki data terbaru perihal nilai kerugian ekonomi nasional. Namun diyakini mengalami peningkatan yang signifikan. Untuk itu, semua pemangku kepentingan di Tanah Air diharapkan bahu-membahu mencari solusi agar praktik pemalsuan produk dapat ditangani secara menyeluruh. Diantaranya penegakan hukum secara tegas kepada para pelaku pemalsuan produk (www.kabar24.bisnis.com).

Perusahaan Authentic Guards menggunakan *personal selling* sebagai salah satu cara untuk memasarkan produknya. Melalui managing director nya sendiri yaitu Bapak Muhammad Ryan Januar Akbar, Bapak Ryan mempromosikan produknya sendiri kepada teman-teman nya yang memiliki usaha bisnis berupa produk seperti hijab dari *brand* Ariona, Dennay dan liquid vape dari *brand* Juiceneration. Selama 3 Tahun belakangan ini *client* Authentic Guards sendiri di dapatkan melalui *personal selling* karena relasi bisnis yang cukup besar oleh Bapak Ryan sehingga dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produknya, hal menarik yang perlu di teliti disini adalah mengukur apakah *personal selling* akan efektif untuk kedepannya sehingga dapat dijadikan cara promosi yang efektif untuk kedepannya.

Promosi yang dilakukan Authentic Guards tidak cukup banyak di karenakan belum adanya tim *marketing* yang terbentuk dan belum ada strategi promosi yang cukup efektif sehingga banyak

cara promosi yang belum di aplikasikan terhadap pemasaran produk QR Code Authentic Guards. Perusahaan tidak dapat mengambil resiko dalam penerapan strategi marketing di karenakan perusahaan ini adalah perusahaan startup yang, hal ini untuk meminimalisir kerugian. Penjualan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan maka dari itu dengan menggunakan *personal selling* perusahaan ini menjual produk cukup efektif yang menigkat tiap tahunnya.



GAMBAR 1.3

Instagram @authenticguards

Sumber: Instagram.com/authenticguards, 2020

Authentic Guards memiliki akun sosial media Instagram sebagai salah satu bentuk promosi produknya. Akun Instagram Authentic Guards bersifat informatif dan komunikatif, biasanya digunakan untuk membagikan informasi seputar produk Authentic Guards dan adanya tanya jawab antara calon *client* dengan admin Instagram melalui *comment* maupun *direct messages* lewat Instagram. Instagram Authentic Guards digunakan juga untuk membagikan tips-tips untuk mencegah pemalsuan produk dan konten menarik lainnya seputar pemalsuan produk, demi menarik perhatian calon *client* supaya menggunakan jasa dari Authentic Guards.

Dari berbagai aktivitas *social media marketing*, Instagram adalah *platform* yang paling sering digunakan untuk mempromosikan produknya. Karena banyaknya pengguna Instagram dan fitur-fitur aplikasi Instagram yang cukup membantu memberikan informasi dan komunikasi yang mudah, sehingga Instaram menjadi salah satu alat yang digunakan Authentic Guards dalam *social media marketing*.



GAMBAR 1.4

Website Authentic Guards

Sumber: www.authenticguards.com

Selain Instagram Authentic Guards juga memiliki websitenya sendiri, website Authentic Guards berisi informasi mengenai perusahaan, visi misi perusahaan dan *client* yang sudah pernah menggunakan jasa Authentic Guards. Website ini tidak banyak membagikan informasi, website ini fungsinya sebagai perantara untuk kontak langsung ke telepon perusahaan, agar *sales* Authentic Guards dapat menjelaskannya lebih detail dan menarik perhatian calon *client*.

Dalam setiap tahunnya penggunaan media sosial semakin meningkat dari tahun ketahun banyak sekali orang yang memanfaatkan teknologi sekarang untuk mendapatkan penghasilan, berita, atau hanya sekedar sapa-menyapa kepada teman dan lain-lain. Perkembangan internet di dunia setiap tahunnya terus meningkat, mulai dari anak-anak hingga orang tua menjadi penikmat internet. Hal ini disebabkan karena semakin mudahnya mengakses internet mulai dari *handphone* maupun laptop. Hal ini menyebabkan diperlukannya *social media marketing* untuk menjalankan komunikasi dua arah antara perusahaan dan calon *client* maupun *client*, agar terciptanya hubungan yang memicu untuk melakukan pembelian.

Pada perusahaan Authentic Guards memiliki target dan pencapaian penjualan setiap tahunnya yang dapat dilihat pada Tabel 1.3 dibawah ini:

TABEL 1.3

Target dan Pencapaian Penjualan Tahun 2018 – 2019

Tahun	Target Penjualan	Pencapaian Penjualan
2018	Rp. 40.712.620	Rp. 34.560.000
2019	Rp. 50.450.000	Rp. 43.625.000

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2020

Berdasarkan Tabel penjualan diatas dapat diketahui bahwa target penjualan pada Authentic Guards belum tercapai. Hal ini di indikasikan bahwa promosi *personal selling* dan *social media marketing* yang dilakukan Authentic Guards belum maksimal, sehingga tingkat penjualan yang ditargetkan tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Menurut Nour, dkk. dalam Chandra (2016) menyatakan bahwa *personal selling* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini mempunyai arti bahwa semakin perusahaan giat memasarkan produk melalui *personal selling* maka akan berdampak pada pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Menurut Gunelius (2011:10) *social media marketing* merupakan suatu bentuk pemasaran langsung ataupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, daya ingat, dan tindakan untuk merek, bisnis, produk, orang, atau entitas lainnya dan dilakukan dengan menggunakan alat dari web sosial seperti *blogging*. Authentic Guards menggunakan *social media* sebagai media mempromosikan produknya, *social media* yang digunakan adalah Instagram, Facebook, YouTube, LinkedIn, dan Website. Authentic Guards menggunakan *social media* tersebut karena potensi untuk mendapatkan client dan mengedukasi masyarakat berpeluang cukup tinggi di *media social* tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penulis tertarik mengambil judul untuk Laporan Tugas Akhir ini dengan judul “Pengaruh *Personal Selling* dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Authentic Guards Technology di Bandung Tahun 2020)”.

1.3 Rumusan Masalah

Demi memperjelas maksud dan arah tujuan penelitian ini, sekaligus untuk memperkuat hasil penelitian, sangatlah dibutuhkan adanya penegasan masalah. Adapun perumusan masalah pada penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Bagaimana *personal selling* di Authentic Guards Technology?
- b. Bagaimana *social media marketing* di Authentic Guards Technology?
- c. Bagaimana keputusan pembelian pelanggan di Authentic Guards Technology?
- d. Seberapa besar pengaruh *personal selling* dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian di Authentic Guards Technology?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah di atas, maka adapun tujuan yang ingin penulis capai dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui pengaruh *personal selling* di Authentic Guards Technology.
- b. Mengetahui pengaruh *social media marketing* di Authentic Guards Technology.
- c. Mengetahui keputusan pembelian pelanggan di Authentic Guards Technology.
- d. Mengetahui seberapa besar pengaruh *personal selling* dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian di Authentic Guards Technology.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat dalam :

a. Aspek Akademis

Sebagai bahan masukan, referensi serta perbandingan untuk penelitian berikutnya, khususnya yang berhubungan dengan *personal selling*, *social media marketing*, dan keputusan pembelian.

b. Aspek Praktis

Menjadi referensi maupun bahan evaluasi untuk Authentic Guards Technology agar mengembangkan strategi bauran promosi dan menjaga atau meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan keputusan pembelian client pada produk QR Code Authentic Guards.

1.6 **Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir**

Sistematika penulisan dibuat dengan tujuan untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang akan penulis lakukan dan demi kejelasan penulisan hasil penelitian. Adapun sistematika penulisan, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan mengenai gambaran objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan laoran proyek akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Di dalam bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka dan lingkup penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan rugang lingkup penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori pemasaran, *customer engagement*, *brand trust*, dan keputusan pembelian.

BAB III METODE PENELITIAN

Di dalam bab ini membahas metode penelitian yang penulis gunakan, variabel operasional, informan penelitian, jenis penelitian, tahapan penelitian, dan teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini penulis akan mebbahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan menjawab permasalahan-permas alahn yang diangkat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Di dalam bab ini akan dibahas kesimpulan dari hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dan saran-saran yang penulis ingin sampaikan terhadap perusahaan objek observasi.