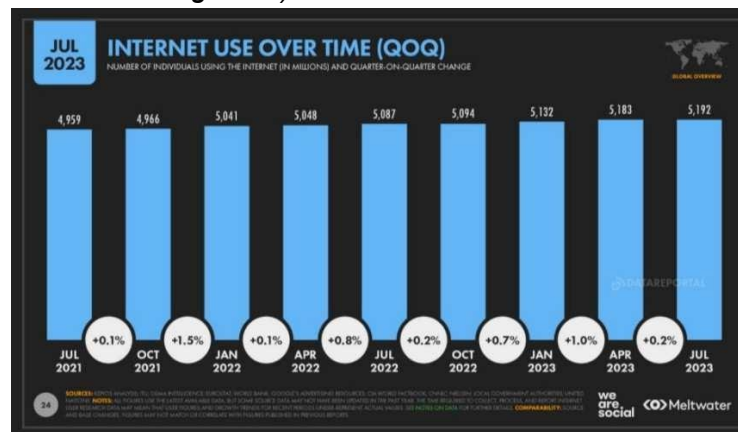


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan internet di era digital saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Pengguna perangkat seperti ponsel telah menjadi kebutuhan utama dalam aktivitas sehari-hari. Fenomena ini didorong oleh pesatnya inovasi teknologi yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Namun demikian, tidak semua orang, teknologi digital masih dianggap sebagai sesuatu yang tidak familiar dan bahkan sulit untuk dipahami maupun diterapkan. Kondisi ini tidak hanya dialami oleh individu, tetapi juga oleh pemilik usaha, termasuk perusahaan.

Pada Juli Tahun 2023 Sebanyak 5,16 Miliar orang pengguna internet di dunia yang setara 64,4 persen dari total populasi dunia pengguna internet Global meningkat dengan jumlah 1,9 persen selama 4 bulan terakhir. Terdapat 4,76 miliar pengguna media sosial seluruh dunia setara dari 60 persen populasi global serta pada awal 2023 sebanyak 5,44 miliar orang pengguna ponsel dengan presentase 68 persen dari total populasi global, jumlah pengguna seluler (*Buku Informasi Digital Sonpedia Publishing 2023*)



GAMBAR 1.1

Pertumbuhan Internet Global

Sumber : <https://dateportal.com/2023>

Kemajuan teknologi dan internet tidak akan berhenti setiap waktunya dan akan banyak perubahan, sehingga akan sulit jika kita tidak mengikuti perkembangan teknologi dan internet setiap waktu, pengaruh pada dunia bisnis teknologi membantu banyak pelaku bisnis dalam menjalankan bisnis ke arah yang lebih baik, aktivitas yang berhubungan bisnis akan lebih mudah dengan memanfaatkan sistem kerja yang efektif dan efisien. (<http://dutatraining.com>)



GAMBAR 1.2

Sosial Media yang Sering Digunakan di Dunia

Sumber : <https://dateportal.com/2023>

Angka Sosial media aktif yang di publikasikan dengan jumlah 4.88 miliar pada juli 2023, jumlah ini setara dengan 60,6 persen seluruh penduduk bumi, menunjukan sekitar 94 persen pengguna internet, perngguna sosial media aktif di seluruh dunia 3,7 persen dalam 12 terakhir dan jumlah 173 juta identitas pengguna baru di media sosial juli 2023, setara dengan pertumbuhan sekitar 475.000 pengguna baru setiap hari, lebih “memenuhi syarat” di era berkembang sosial media di dunia tahun 2023. (<https://Dateportal.Com/2023>)

Dalam era digital sekarang yang berkembang pesat, e-commerce telah menjadi pilar penting dalam industri bisnis, Perusahaan PT Sinar Group Leather memiliki kekurangan dalam strategi pemasaran digital dan media sosial, kurang nya iklan sosial media yang efektif untuk mengenal kan produk lebih luas, rata-rata masyarakat indonesia banyak menggunakan e-commerce seperti shopee, lazada, tokopedia, ada nya platform media pemasaran digital ini dapat digunakan.

Bisnis dalam segi strategi pemasaran digital di era sekarang harus beradaptasi dengan cepat dengan perubahan trend pasar, pola konsumen yang berubah, persaingan yang semakin banyak,dalam analisis ini, kita akan menjelajahi berbagai aspek penting yang terkait dengan strategi pemasaran di bisnis tas kulit e-commerce mulai dari pemahaman trend pasar hingga pengelolaan logistik yang efektif (<http://duta-training.com>)

Berdasarkan Latar Belakang yang telah di jelaskan bahwa betapa penting nya e-commerce bagi para UMKM untuk memanfaatkan potensi e-commerce memiliki peluang besar untuk berkembang di era digital, dapat mengoptimalkan strategi pemasaran untuk meningkatkan retensi pelanggan dan penjual, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Marketing Mix 4P Pada Akun SHOPEE PT Sinar Group Leather”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana analisis strategi pemasaran menggunakan *Marketing Mix* 4P pada akun Shopee PT Sinar Group Leather tahun 2024?.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui analisis strategi pemasaran menggunakan *Marketing Mix* 4P pada akun Shopee PT Sinar Group Leather tahun 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, kedepannya dapat berguna dengan baik secara langsung maupun tidak langsung, berikut merupakan manfaat penelitian ini, diantaranya :

- A. Secara Akademik : Digunakan untuk mejadi acuan dan contoh bagi mahasiswa strategi pemasaran dalam bisnis *e-commerce*, dan dari penelitian memberikan kontribusi berharga terhadap pemahaman akademik tentang bagaimana strategi pemasaran beroperasi dalam konteks *e-commerce* bisnis, dan bisa menjadi perbandingan antara teori dan keadaan secara langsung di lapangan.
- B. Secara Praktis : Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki strategi pemasaran.

1.5 Batasan Ruang Lingkup

Batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- A. Objek penelitian ini adalah PT Sinar Group Leather.
- B. Pada penelitian ini fokus pada strategi pemasaran dalam konteks bisnis di Shopee.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

A. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menggambarkan dengan tepat mengenai objek penelitian secara ringkas dan padat dan penejelasan secara umum, tujuan observasi dari kegunaan observasi perumusan masalah dan sistematika penulisan dan penelitian.

B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terkait dengan topik penelitian untuk dijadikan dasar bagi penulis dan mengemukakan dengan ringkas, jelas, dan padat dari hasil kepustakaan dengan topik.

C. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menelusuri literatur terkait strategi pemasaran *e-commerce* dan meneliti tren terbaru dalam akun shopee.

D. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

E. BAB V KEIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang di dapat dari hasil penelitian yang di lakukan beserta saran dalam penelitian.