

BAB I

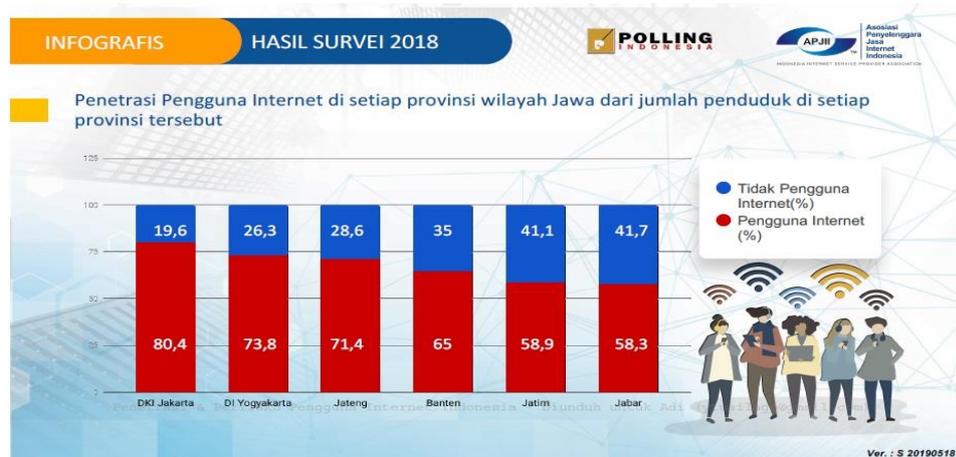
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital dan pesatnya perkembangan teknologi web serta cepatnya sistem informasi di internet menuntut pelaku usaha harus siap melakukan ekspansi, banyak organisasi yang ingin mencapai pada tahap sistem informasi yang efisien, cepat, akurat dan relevan agar usaha di sektor - sektor industri, perdagangan dan jasa tidak tertinggal dan mampu bersaing. Pesatnya pertumbuhan ilmu pengetahuan teknologi khususnya teknologi komunikasi mampu menghasilkan sistem informasi yang mudah di akses dengan cepat melalui internet. Internet bisa memberikan pelayanan informasi non stop bahkan setiap menit, internet sebagai media informasi yang sangat erat dengan perilaku dan aktifitas manusia sangat cocok di jadikan peluang untuk tujuan promosi penjualan sebuah produk atau jasa. Model bisnis yang berkaitan dengan penawaran jasa atau penjualan sebuah produk sangat terpengaruh dengan adanya perkembangan teknologi tersebut. Bisnis toko online menjadi trend baru di kalangan masyarakat saat ini dikarenakan semakin maraknya pengguna internet.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam survey nya di tahun 2018 menyebutkan bahwa pengguna internet di indonesia

mencapai 64,8% atau 171,17 juta jiwa dari populasi penduduk indonesia 264,16 juta jiwa telah menggunakan internet, dimana 55.7% nya ada di pulau jawa, dan jawa tengah menduduki posisi ke tiga di provinsi jawa yaitu sebesar 71,4%.



Gambar 1. 1 : Pengguna Internet Di Provinsi Jawa

sumber : studi apjii 2018

Sejauh ini banyak industri Internet service provider (ISP) atau perusahaan yang fokus pada penyedia layanan internet yang masih menggunakan metode promosi tradisional, yaitu dengan melakukan promosi menggunakan brosur yang di sebar di pinggir jalan atau melakukan penyebaran brosur secara langsung ke rumah-rumah atau *door to door* (d2d) dan dari mulut ke mulut. Sehingga menjadi tidak efektif dan efisien karena jangkauan promosi menjadi terbatas waktu dan tenaga, ditambah dengan tingkat persaingan antar penyedia jasa layanan internet

yang cukup ketat, yang harus membuat perusahaan ISP memiliki strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menjangkau client atau pelanggannya.

ISP (Internet Service Provider) merupakan penyedia layanan jasa internet, diindonesia sendiri banyak sekali jasa penyedia layanan internet diantaranya firts media, indihome, biznet dll. Mengutip dari jurnal seminar (Santoso, 2012) *Pengertian ISP(internet service provider) adalah perusahaan yang bergerak dalam jasa pelayanan internet. Perusahaan ini menginvestasikan dananya untuk membangun infra struktur jaringan internet. Jika kita ingin terhubung ke jaringan internet terlebih dahulu harus menghubungkan komputer kita ke sebuah ISP tertentu dengan mematuhi syarat-syarat yang diberikan oleh ISP tersebut mulai dari besarnyabiaya yang dibebankan, kecepatan transfer data, dan juga batas waktu untuk mengakses internet. ISP-ISO di Indonesia tergabung dalam asosiasi penyelenggara jasa internet indonesia (APJII).*

Untuk itu dibutuhkan model promosi yang baru, yang lebih efisien dan efektif memanfaatkan kecepatan informasi di internet dengan menggunakan metode Search Engine Marketing (SEM) untuk menjangkau target client secara tepat sasaran melalui mesin pencari agar produk dan promo yang di pasarkan lebih diminati dan dimengerti oleh calon pelanggannya secara bersamaan di waktu yang sama.

Dengan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan mampu menjalankan roda bisnis sesuai dengan keinginannya. Hal ini di lihat dari visi dan misi perusahaan. Salah satu keinginan perusahaan yang harus didukung yaitu dengan strategi mengutamakan pelanggan dan menjadi penyedia jasa terpadu terkemuka. Dengan strategi pemasaran yang tepat sasaran maka perusahaan mampu bersaing secara profesionalisme serta meningkatkan daya jual yang lebih banyak lagi.

Untuk meningkatkan daya saing perusahaan perlu juga menerapkan strategi pemasaran modern melalui media internet, salah satu teknik dan alat yang bisa dipergunakan perusahaan adalah penerapan search engine marketing dengan memanfaatkan google ads. Search engine marketing (SEM) mampu memberikan impact yang sangat besar untuk mendongkrak daya saing perusahaan di sektor penjualan di internet khususnya pada mesin telusur google melalui fitur dan manfaatnya.

Dari latar belakang tersebut, penulis selaku mahasiswa dari UNISBANK Semarang yang bekerjasama dengan firstmediasemarang.com untuk menulis skripsi dengan judul **“Penerapan Search Engine Marketing (SEM) Menggunakan Google Ads Sebagai Media Pemasaran Online Pada FIRSTMEDIASEMARANG.COM”** guna mewujudkan peralihan pemasaran online FirstMediaSemarang.com untuk menerapkan Search Engine Marketing sebagai sales promotion agar meningkatkan hasil penjualan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan penulis sebelumnya, maka perumusan masalah yang mendasari pembuatan Tugas Akhir ini sebagai berikut : Bagaimana menerapkan search engine marketing untuk meningkatkan hasil penjualan.

1.3 Batasa Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah yang sudah dibuat maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penerapan metode sem dengan google ads pada pada website www.firtsmediasemarang.com hanya mengacu pada mesin pencari google.
2. Teknik pemasaran online dengan implementasi search engine marketing sem pada firstmediasemarang.com hanya terfokus pada satu area lokasi atau kota yaitu kota semarang.
3. Penggunaan google ads sebagai managemen promosi hanya terfokus pada target audience seperti penelusuran kata kunci, lokasi, dan usia.
4. Penerapan search engine marketing menggunakan google ads sebagai media pemasaran online pada firstmediasemarang.com hanya terfokus pada kata kunci yang berkaitan dengan bisnis tersebut saja.

5. Dalam penulisan skripsi ini penulis hanya membahas metode penerapan sem dengan google ads untuk pengembangan web bisnis beserta komponen pendukungnya.

1.4 Tujuan

Berangkat dari permasalahan yang dihadapi oleh sales promotion first media yang masih menggunakan teknik door to door untuk menjangkau konsumen dan berdasarkan identifikasi masalah yang diteliti, maka Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk menerapkan metode SEM (Search Engine Marketing) menggunakan google ads pada website landing page firstmediasemarang.com sehingga dapat membantu dan memperluas pemasaran produk.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis :

1. Bagi Universitas

Sebagai acuan tolak ukur penguasaan dan pemahaman materi dari Universitas dalam mendidik dan membekali mahasiswa sebelum terjun langsung ke dunia kerja juga sebagai referensi kepustakaan pada Universitas Stikubank.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu Search Engine Marketing khususnya mengenai pengaruh analisa proses bisnis promosi online menggunakan Google Ads, serta dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu web bisnis.

Manfaat Praktis Bagi Perusahaan :

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan motivasi dan masukan untuk beradaptasi terhadap ekosistem industri di era digital khususnya bagi usaha-usaha atau UMKM yang bergerak pada bisnis penyedia jasa dengan menggunakan media pemasaran online di Semarang maupun di luar Semarang untuk dapat meningkatkan penjualannya dan juga agar dapat terus bertahan di era ekonomi digital sebagai salah satu kekuatan menyongsong industriliasi digital. Karena metode ini sangat mampu dan mumpuni untuk media pemasaran online yang efektif.