

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*E-commerce* merupakan perkembangan dalam sistem perdagangan. Menurut Suyanto (Sutrisno & Budhi, 2019) *electronic commerce (e-commerce)* merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web internet*. *E-commerce* merupakan proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk *internet*. Model bisnis ini berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli.

Pemanfaatan yang baik pada teknologi informasi dan transaksi elektronik dapat menciptakan perdagangan dan perekonomian yang luas dan berkembang demi mencapai kesejahteraan masyarakat, dengan perkembangan teknologi yang terus mengalami kemajuan tentunya menjadi peluang bagi para pelaku bisnis demi mempermudah aktivitas jual beli. Teknologi yang biasa digunakan adalah media sosial, media sosial menjadi wadah tempat berkumpulnya segala bentuk konten gambar maupun video yang dapat dilihat oleh seluruh pengguna dari berbagai belahan dunia, dengan fasilitas yang ada tentu kita dapat memanfaatkan berbagai aspek salah satunya fitur *facebook* dan *instagram* untuk bisnis. *Facebook* dan *instagram* yang awalnya hanya tempat membagikan foto telah mengembangkan fungsinya, *facebook* dan *instagram* dapat membantu para pelaku bisnis untuk menyalurkan produk mereka tanpa memakan biaya yang besar.

*Facebook* dan *Instagram* merupakan layanan jejaring sosial media yang memungkinkan pengguna untuk saling terhubung dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia. Pengguna media sosial *Facebook* dan *Instagram* saat ini terus meningkat untuk berbagai keperluan seperti sarana mencari teman, sarana komunikasi, sarana mencari maupun berbagi informasi, dan sebagai sarana promosi untuk keperluan bisnis. Kegiatan promosi dibentuk untuk menstimulasi terjadinya kesadaran, ketertarikan, dan akan berakhir dengan pembelian suatu produk (Afifah et al., 2019).

Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) merupakan lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintahan desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa, yang juga merupakan pilar kegiatan ekonomi di desa yang berfungsi sebagai lembaga sosial (*social institution*) dan lembaga komersial (*commercial institution*) (Situmorang 2020). Lembaga ini diprediksi menjadi kekuatan besar yang akan mendorong terciptanya peningkatan kesejahteraan. Sehingga apabila perekonomian di desa sanggup berjalan dengan baik, diharapkan akan berimbas pada naiknya kualitas hidup masyarakat. Karena salah satu tetapnya miskin desa yang tergolong miskin lantaran secara relatif tidak mempunyai infrastruktur fasilitas-fasilitas penting yang hanya menunggu pembangunan dari pemerintah kawasan atau pemerintah pusat.

Desa Trans Tanjungan merupakan suatu desa yang berada di Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan. Desa Trans Tanjungan memiliki BUMDES yang didirikan pada tahun 2017. Produk yang dijual BUMDES ini berupa Sembako. Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan, saat ini

BUMDES hanya diketahui warga desa Trans Tanjungan sekitar ruko, sistem penjualan hanya di ruko, tidak adanya teknik pemasaran, penyebaran informasi tentang produk melalui mulut ke mulut dari satu orang lain ke orang lainnya. Tentu ini menyebabkan informasi yang disampaikan tidak akurat sehingga informasi yang disampaikan tidak valid.. Di zaman yang sudah modern ini untuk memperluas pangsa pasar agar dapat bersaing dengan toko lainnya, BUMDES memerlukan media sosial. Media Sosial merupakan salah satu media pemasaran yang akurat untuk mewujudkan tujuan tersebut, sehingga warga desa lain dapat mengetahui adanya BUMDES dan juga dapat berdampak positif pada peningkatan penjualan.

Berdasarkan permasalahan diatas maka diterapkan metode AIDA untuk pemasaran produk BUMDES di desa Trans Tanjungan Katibung. Oleh karena itu penulis mengangkat judul **“Implementasi Metode AIDA Pada Produk Produk BUMDES”**. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode AIDA yang dapat diaplikasikan untuk mendeskripsikan bagaimana proses pelanggan dalam mengambil sikap terhadap suatu iklan atau pemasaran (Virgioni, 2020). Perencanaan ini yang terdiri atas; (*Attention*), membuat ketertarikan produk (*Interest*), membuat keinginan untuk memiliki produk (*Desire*), dan mengajak pelanggan untuk melakukan tindakan dalam pembelian produk (*Action*). Dengan menggunakan metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) akan memperjelas konsep perubahan, sikap, dan perilaku dalam kaitannya dengan sebuah kerangka tindakan. Dengan demikian diharapkan dapat membantu BUMDES Trans Tanjungan dalam pemasarannya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada pemaparan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah :

1. Bagaimana cara menerapkan metode AIDA pada produk produk BUMDES di desa Trans Tanjungan?
2. Bagaimana Efektivitas pemasaran menggunakan metode AIDA melalui Media Sosial *Facebook* dan *Instagram*?

## 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, maka penulis memberikan batasan masalah yaitu penerapan metode AIDA untuk pemasaran yang digunakan dalam menarik minat dan memperluas pangsa pasar pada produk BUMDES melalui media sosial *facebook* dan *instagram*.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengembangkan strategi pemasaran produk produk BUMDES dengan media sosial *Facebook* dan *instagram*, guna meningkatkan pangsa pasar.
2. Untuk mengetahui tingkat efektivitas pemasaran dengan Metode AIDA pada BUMDES Trans Tanjungan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu :

1. Bagi BUMDES di Katibung diharapkan dapat dikenal khalayak ramai

dan informasi produk yang valid, meningkatkan Pendapatan Asli Desa dan berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi desa.

2. Bagi Penulis sebagai syarat menyelesaikan Studi S1, serta sebagai motivasi untuk dapat menyelesaikan tugas seberat apapun bentuknya
3. Bagi Universitas Teknokrat Indonesia : diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan, serta menjadi bahan bacaan di Universitas dan dapat memberikan referensi bagi Mahasiswa lain.