

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat memberikan dampak yang besar bagi masyarakat terutama dalam bidang telekomunikasi. Perkembangan teknologi telekomunikasi ini telah memasuki era digitalisasi, dimana era ini merupakan kondisi kemajuan teknologi yang sebelumnya masih bersifat analog kemudian menjadi digitalisasi. Kemunculan digitalisasi ini telah memperluas teknologi informasi dengan melalui jaringan internet sehingga masyarakat saat ini lebih mudah mengakses berbagai layanan telekomunikasi. Era digitalisasi ini juga memberikan dampak besar pada sektor bisnis dalam bidang telekomunikasi atau yang biasa disebut sebagai bisnis digital. Bisnis digital ini kemudian mengadopsi layanan digital dalam berupaya memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin terhubung dengan dunia jaringan atau online. Selain itu dengan adanya perkembangan teknologi digitalisasi juga memunculkan aplikasi *e-commerce* baru yang saat ini tengah digunakan masyarakat seperti dompet digital. Perkembangan digital ini juga memunculkan kebutuhan baru seperti pembelian item games yang saat ini sering digunakan oleh anak-anak hingga orang dewasa. Maka dari itu untuk menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen dalam era digitalisasi dibuat lah sektor bisnis baru yang tentunya bersifat digital.

Salah satu bisnis tersebut adalah penyedia layanan transaksi online atau pembayaran digital multifungsi. Layanan transaksi online tentunya memberikan kemudahan masyarakat agar selalu terhubung satu sama lain secara online. Layanan ini menyediakan pengisian ulang pulsa operator dan data internet yang digunakan masyarakat untuk berkomunikasi. Selain itu layanan ini juga menyediakan pembayaran *Payment Point Online Banking (PPOB)* dan pengisian saldo *e-wallet* serta top up game. Dengan adanya layanan ini tentunya dapat memberikan kontribusi positif masyarakat dalam meningkatkan ekonomi digital.

Bisnis layanan transaksi digital ini juga tentunya memiliki persaingan yang sangat kuat oleh platform-platform lain yang juga menyediakan transaksi serupa. Selain itu persaingan dari perusahaan-perusahaan *e-wallet* juga dapat memberikan pengaruh yang kuat dalam menarik minat konsumen. Belum lagi ditambah adanya aplikasi *mobile banking* yang juga menyediakan transaksi digital apalagi masyarakat saat ini sangat memerlukannya dalam kehidupan sehari-hari.

Maka dari itu untuk melawan persaingan ini diperlukan adanya strategi pemasaran yang tepat agar masyarakat yang memiliki usaha dibidang layanan transaksi digital terus bisa berjalan dengan baik.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam dunia bisnis apapun bidangnya karena memiliki pengaruh kuat untuk kelancaran dalam menjalankan usahanya. Tidak heran jika setiap perusahaan memiliki berbagai cara untuk agar dapat meningkatkan penjualannya. Karena dengan meningkatnya penjualan tersebut maka keuntungan yang diperoleh juga akan meningkat sesuai dengan target perusahaan.

Pemasaran merupakan salah satu fungsi yang sangat penting dalam perusahaan dimana dengan pemasaran yang tepat dapat meningkatkan volume penjualan, penguasaan pangsa pasar sangat bergantung kepada kemampuan untuk memanfaatkan strategi pemasaran perusahaan. Jika sudah dijalankan maka akan dapat dipastikan perusahaan tentunya mendapatkan laba yang maksimal, kemudian jika pemasaran suatu produk yang dilakukan tidak optimal dan kurang tepat maka akan terjadi penurunan suatu penjualan yang tentunya dapat memberikan dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut.

Salah satu toko yang menjalankan bisnis layanan transaksi digital ini adalah Elephant Cellular yang terletak di jalan Sultan Syahrir, Mulyojati, 16C, Metro Barat. Toko Elephant Cellular menyediakan pengisian ulang pulsa operator, listrik, pembayaran PPOB, dan pengisian kuota internet. Pentingnya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak dapat diragukan dalam manajemen bisnis. Apalagi bisnis ini sudah banyak di kota Metro dan memiliki persaingan yang ketat, maka pemilik dan pengelola toko dalam bidang layanan ini harus mampu merancang strategi yang efektif untuk mempertahankan kualitas pelayanan guna memupuk loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

Produk adalah salah satu konsep inti dari strategi pemasaran yang merupakan bentuk dari *marketing mix*. Produk layanan digital yang disediakan toko Elephant Cellular sudah banyak namun pada proses transaksi produk tersebut sering mengalami kendala seperti pending, gangguan produk atau produk tidak tersedia. Ini bisa disebabkan karena koneksi internet yang buruk dan server dari transaksi produk mengalami *down system* atau karena padatnya transaksi sehingga system tidak dapat berjalan secara normal. Kemudian juga terdapat beberapa produk layanan digital yang masih belum tersedia seperti pengisian saldo

driver ojek online *top up game* dan saldo *e-wallet* serta pengisian saldo e-toll. Padahal di era saat ini transaksi tersebut sangat dibutuhkan oleh masyarakat apalagi jalur tersebut menjadi lintas banyak mobil yang menuju arah jalan tol. Sehingga ini juga menjadi kekurangan yang ada pada toko Elephant Celluler.

Kemudian selain produk juga terdapat harga yang menjadi salah satu daya tarik konsumen sebagai salah satu penerapan strategi pemasaran. Harga yang ditawarkan oleh toko Elephant Celluler tidak mahal dan murah sesuai dengan harga pasaran. Penentuan harga ini berdasarkan harga pasar, biaya transaksi dan harga beli yang didapat. Namun beberapa kali konsumen memberikan keluhan terhadap nominal transaksi yang besar karena adminnya yang cukup besar juga. Dan pada dasarnya konsumen juga sensitif dengan admin harga yang besar sehingga perlu adanya penyesuaian admin harga agar tidak ada keluhan oleh konsumen.

Tempat pemasaran yang dimiliki toko Elephant Celluler sangat strategis sehingga saluran distribusi kepada konsumen cukup berjalan lancar. Lokasi yang berada pada jalur lintas kota Metro dan Bandar Lampung ini membuat peluang untuk toko Elephant Celluler memiliki pangsa pasar yang besar karena banyak juga pengendara yang melintas di jalan ini. Kemudian tempatnya bersih membuat konsumen merasa nyaman melakukan pembelian di toko Elephant Celluler. Saluran distribusi yang diambil untuk melakukan transaksi kepada konsumen dari server yang cukup besar namun masih perlu dilakukan perbaikan lagi atau memilih server baru yang bisa membuat saluran pemasaran kepada konsumen lebih lancar. Hal ini dikarenakan beberapa kali transaksi digital sering mengalami pending dan down karena server yang masih belum optimal.

Promosi merupakan salah satu bentuk penting sebagai bentuk untuk pengenalan toko dan mempertahankan konsumen. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan toko Elephant Celluler dan bahkan menjadi kelebihan dari toko ini adalah selalu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen sebagai bentuk loyalitasnya terhadap pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas juga mampu memberikan kepuasan konsumen yang telah datang ke toko. Elephant Celluler juga berusaha menghadirkan pengalaman yang komprehensif kepada pelanggan karena pola perilaku konsumen yang saat ini telah berubah, dimana pembelian tidak lagi terbatas ruang lingkup geografis toko fisik sehingga ini menjadi salah satu kelebihan dari toko Elephant Celluler. Namun

promosi tidak hanya sebatas memberikan pelayanan tapi juga promosi mengenai produk agar konsumen juga bisa tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Walaupun memiliki kelebihan dan peluang, ancaman juga datang dari toko lain yang berada tidak jauh dari Elephant Celluler yaitu Gan Celluler. Gan Celluler merupakan toko baru yang sudah berjalan 1 setengah tahun dan juga berfokus pada layanan transaksi digital. Toko ini memiliki kelengkapan dalam layanan digital melebihi Elephant Celluler sehingga banyak pelanggan yang beralih ke toko tersebut karena ketersediannya dalam layanan digital. Kemudian memiliki transaksi produk yang cepat sehingga jarang mengalami gangguan atau pending dan menjadi salah satu kelebihan toko tersebut.

Tabel 1. Data Penjualan Transaksi Toko Gan Celluler 2023 - 2024

No	Periode	Jumlah Transaksi Tahunan
1	2023	20.075 unit
2	Januari 2024 – Mei 2024	9.750 unit

Sumber : Toko Gan Celluler 2024

Dari data tersebut dapat dilihat toko Gan Celluler mengalami kenaikan transaksi penjualan yang cukup jauh dibanding toko Elephant Celluler yang sebaliknya mengalami penurunan transaksi. Sehingga toko Gan Celluler lebih berpeluang memiliki pangsa yang besar dibanding toko Elephant Celluler.

Selain toko Gan Celluler juga terdapat pesaing lain yaitu toko Garden Celluler yang juga menjual layanan transaksi digital. Harga yang ditawarkan oleh toko Garden Celluler lebih murah dan bisa memberikan nominal transaksi yang cukup besar dengan admin yang terjangkau. Hal ini sangat menarik pelanggan yang membutuhkan transaksi layanan digital dengan nominal besar. Tidak hanya itu toko Garden Celluler rela mengambil untung tipis untuk vocer internet sehingga kuantitas pembeli pun cukup banyak. Sehingga ini menjadikan kelebihan untuk toko Garden Celluler.

Tabel 2. Data Penjualan Transaksi Toko Garden Celluler 2021-2023

No	Periode	Jumlah Transaksi Tahunan
1	2021	15.025 unit
2	2022	17.250 unit
3	2023	20.150 unit

Sumber : Toko Garden Celluler 2024

Dari data tersebut dapat dilihat bahwasanya toko Garden Cell mengalami kenaikan transaksi penjualan yang cukup bagus dibandingkan

dengan toko Elephant Cellular. Sehingga toko Garden Cellular menjadi ancaman yang kuat untuk toko Elephant Cellular.

Kekurangan dan ancaman yang terjadi pada toko Elephant Cellular ini bisa menyebabkan berkurangnya konsumen yang membeli ditoko ini. Berdasarkan hasil observasi di lapangan diketahui bahwa Toko Elephant Cellular mengalami penurunan transaksi penjualan layanan digitalnya dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan transaksi layanan digital di Toko Elephant Cellular.

Tabel 3. Data Penjualan Transaksi Toko Elephant Cellular Tahun 2019-2023

NO	Periode	Jumlah Penjualan Transaksi Tahunan
1	2019	25.550 unit
2	2020	16.425 unit
3	2021	21.170 unit
4	2022	20.805 unit
5	2023	18.250 unit

Sumber: Toko Elephant Cellular 2024

Berdasarkan data penjualan transaksi diatas peneliti menganalisis bahwa pada setiap tahunnya mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2019 dan tahun 2020 terjadi penurunan jumlah penjualan transaksi digital yang berselesih 9.125. Pada tahun 2020 ke tahun 2021 terjadi kenaikan yang cukup besar dengan selisih 4.745. Kemudian dari tahun 2021 hingga tahun 2023 terjadi penurunan yang cukup besar dengan selisih 2.920. Oleh sebab itu, data tersebut menunjukkan bahwa terdapat penurunan penjualan sehingga peneliti ingin mengetahui strategi dan kualitas pelayanan apa saja yang diterapkan oleh Toko Elephant Cellular dalam meningkatkan penjualannya.

Data tersebut menandakan bahwa ada permasalahan dalam berkurangnya penjualan transaksi layanan digital di Toko Elephant Cellular yang membuat menurunnya profitabilitas yang telah ditetapkan. Hal ini secara tidak langsung membuktikan bahwa adanya penurunan konsumen untuk membeli di Toko Elephant Cellular yang menyebabkan target penjualan tidak tercapai. Dari hasil observasi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa di dalam pelaksanaannya, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Elephant Cellular belum dikatakan berhasil karena belum menunjukkan hasil yang optimal. Berdasarkan

analisa, maka peneliti perlu untuk mengadakan penelitian yang berjudul “**Strategi Pemasaran Pada Toko Elephant Cellular Guna Meningkatkan Penjualan Di Kota Metro**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka identifikasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Produk : Produk layanan digital yang disediakan toko Elephant Cellular sudah banyak namun pada proses transaksi produk tersebut sering mengalami kendala seperti pending, gangguan produk atau produk tidak tersedia. Ini bisa disebabkan karena koneksi internet yang buruk dan server dari transaksi produk mengalami *down system* atau karena padatnya transaksi sehingga system tidak dapat berjalan secara normal. Kemudian juga terdapat beberapa produk layanan digital yang masih belum tersedia seperti pengisian saldo *driver* ojek online *top up game* dan saldo *e-wallet* serta pengisian saldo e-toll.
2. Harga : Harga yang ditawarkan oleh toko Elephant Cellular tidak mahal dan murah sesuai dengan harga pasaran. Penentuan harga ini berdasarkan harga pasar, biaya transaksi dan harga beli yang didapat. Namun beberapa kali konsumen memberikan keluhan terhadap nominal transaksi yang besar karena adminnya yang cukup besar juga. Dan pada dasarnya konsumen juga sensitif dengan admin harga yang besar.
3. Saluran Distribusi : Saluran distribusi yang diambil untuk melakukan transaksi kepada konsumen dari server yang cukup besar namun masih perlu dilakukan perbaikan lagi atau memilih server baru yang bisa membuat saluran pemasaran kepada konsumen lebih lancar. Hal ini dikarenakan beberapa kali transaksi digital sering mengalami pending dan down karena server yang masih belum optimal.
4. Promosi : Salah satu bentuk promosi yang dilakukan toko Elephant Cellular dan bahkan menjadi kelebihan dari toko ini adalah selalu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen sebagai bentuk loyalitasnya terhadap pelanggan. Namun promosi tidak hanya sebatas memberikan pelayanan tapi juga promosi mengenai produk agar konsumen juga bisa tertarik dengan produk yang ditawarkan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilaksanakan pada Toko Elephant Cellular ?
2. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di Toko Elephant Cellular ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka diperoleh tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang tepat pada Toko Elephant Cellular.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan pada Toko Elephant Cellular.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini menambah wawasan peneliti tentang permasalahan pebisnis yaitu strategi pemasaran dalam menjalankan bisnis sehingga dapat menjadi bekal di masa yang akan datang saat akan memulai bisnis.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk Toko Elephant Cellular dalam meningkatkan penjualan dan menangani kekurangan penjualan transaksi digital sehingga dapat sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Bagi Akademisi

Untuk perkembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen, dan menambah wawasan kepada para mahasiswa yang memiliki ketertarikan dibidang yang sama, khususnya para mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari 6 bab yang tersusun dari sub-sub bab yang memuat pembahasan penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini berisi penjabaran terkait deskripsi teori dan kerangka pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan merupakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang biasa digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, lalu menjelaskan kualitas dan keistimewaan dari penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi penjabaran terkait hasil dari pengumpulan dan pengelolaan data tentang gambaran umum dan objek penelitian, serta hasil dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

DAFTAR LITERATUR**LAMPIRAN**