

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang

PT. Makmur Jaya merupakan penyedia kebutuhan furniture yang berlokasi di Semarang. Toko mebel Makmur Jaya sudah berdiri sejak tahun 1996. Makmur Jaya sendiri sudah melakukan *Upgrade* produk menjadi produk yang *Exclusive* yang terletak di Jalan Patimura No. 10 Rejomulyo, Semarang Timur, Jawa Tengah.

Usaha yang bergerak di bidang furniture, memiliki peran yang penting untuk menyuplai kebutuhan furniture yang terdiri dari *Springbed*, lemari, Kursi, Sofa, Meja, dan lainnya. Khususnya di Semarang/wilayah lainnya seperti Demak, Kudus, Salatiga, Ungaran, Waleri, Kendal. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Makmur Jaya sendiri menyediakan Custom kepada konsumen untuk menyesuaikan selera, supaya lebih puas.

Karena Makmur Jaya sudah berdiri puluhan tahun, tentunya Makmur Jaya memiliki banyak pelanggan, dengan metode pembeli langsung datang ke tempat untuk melakukan survey terlebih dahulu kemudian melakukan transaksi sebagai tanda jadi pembelian barang. Sistem pembelian tersebut sudah sangat melekat di kehidupan masyarakat untuk terjadinya transaksi.

Namun di masa pandemi omset PT Makmur Jaya mengalami penurunan karena adanya pembatasan aktivitas masyarakat, penurunan kunjungan toko, dan kurangnya *go public* melalui platform digital. Kebiasaan masyarakat untuk menelusuri informasi melalui media sosial menjadi hal baru yang umum terjadi selama masa pandemi, akan tetapi PT Makmur Jaya belum mengimplementasikan pemasaran dan transaksi penjualan melalui media digital.

Kelebihan yang didapat adalah *brand awareness*, meningkatkan performa penjualan, menambahkan media penjualan, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan, diperlukan untuk merancang website ecommerce. Penjualan melalui platform digital yang lebih meluas tersebar dan mudah dijangkau oleh masyarakat lainnya entah melakukan transaksi ataupun pencarian informasi produk dan profil PT. Makmur Jaya.

Untuk mengikuti perkembangan zaman dunia digitalisasi ini, dengan “Pengembangan Media Sosial Dan Website Ecommerce Dengan Gerbang Pembayaran di PT Makmur Jaya Mebel” agar dapat lebih meningkatkan pasar penjualan Makmur Jaya.

1. 2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana rumusan pemasaran dan transaksi penjualan melalui digital yang sesuai dengan segmen pasar PT Makmur Jaya?
2. Bagaimana implementasi rumusan pemasaran dan transaksi penjualan melalui website ecommerce PT Makmur Jaya Mebel dan media sosial?
3. Bagaimana respon pelanggan dan pemilik usaha terhadap pemasaran dan penjualan secara digital di website ecommerce PT Makmur Jaya Mebel?

1. 3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui rumusan pemasaran dan transaksi penjualan digital
2. Untuk mengetahui implementasi rumusan pemasaran dan transaksi penjualan melalui website ecommerce PT Makmur Jaya Mebel dan media sosial
3. Untuk mengetahui respon pelanggan dan pemilik usaha terhadap pemasaran dan penjualan secara digital di website ecommerce PT Makmur Jaya Mebel