

BAB I

PEDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Optimalisasi ialah suatu tindakan meningkatkan atau mengoptimalkan cara tertentu untuk mencapai hasil yang maksimal dan ideal dengan memanfaatkan sumber daya yang ada sebaik mungkin. Optimalisasi sangat diperlukan dalam sebuah kegiatan agar hasil yang didapat sesuai dengan target yang direncanakan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, optimalisasi berasal dari kata dasar optimal yang berarti terbaik, tertinggi, paling menguntungkan, menjadikan paling baik, melalui suatu tindakan dalam proses tertentu menjadi lebih sempurna. Maka dari itu secara sederhana Optimalisasi dapat diartikan sebagai proses pencarian solusi yang terbaik dalam suatu kegiatan.

Digital marketing sendiri adalah terobosan baru dalam melakukan pemasaran produk secara online. lewat Strategi digital marketing atau pemasaran online saat ini, tentunya sangat penting karena diyakini lebih efektif serta efisien untuk menjangkau target pasar yang diinginkan. Sebagaimana menurut Febriyantoro & Arisandi (2018), pemasaran secara online juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang tidak dapat atau susah dijangkau oleh pemasaran offline. Kemudian digital marketing juga dapat didefinisikan sebagai kegiatan pemasaran yang menggunakan media berbasis internet (Wardhana, 2015).

Optimalisasi dianggap sangat penting seperti halnya dalam Pemasaran, untuk mencapai target penjualan seorang marketer. Bagi mereka hal tersebut

menjadi suatu yang wajar lantaran seorang marketer, berhadapan dengan target penjualan yang menjadi tugas utamanya dari perusahaan. Dengan demikian, optimalisasi sangat mereka perhatikan karena akan berdampak pada target penjualan. Namun di era perkembangan teknologi informasi seperti saat ini, banyak para marketer yang mulai beralih dari pemasaran secara konvensional ke pemasaran secara digital, atau biasa disebut digital marketing. Hal tersebut terjadi lantaran dengan memanfaatkan alat atau media digital yang terus berkembang pesat ini, dapat menjangkau target konsumen yang lebih luas secara cepat.

Digital marketing sendiri menjadi sesuatu yang wajib diterapkan oleh setiap pengusaha dalam memasarkan produk kepada konsumennya. Penggunaan teknologi digital marketing saat ini tidak terbatas pada kelas pengusaha tertentu saja, melainkan para pelaku usaha umum juga saat ini berlomba-lomba untuk meningkatkan peruntungannya melalui digital marketing seperti para pengusaha Pengrajin kulit Sukaregang di Kabupaten Garut.

Pengrajin kulit Sukaregang adalah salah satu jenis usaha unggulan dari Kabupaten Garut, Jawa Barat, yang cukup terkenal secara regional, nasional bahkan secara internasional. Pengrajin jaket kulit Sukaregang menghasilkan berbagai produk unggulan berbahan dasar kulit seperti dompet, sabuk, sepatu, tas, jaket, dan pernak-pernik *merchandise* lainnya. Namun dari sekian banyaknya produk yang dihasilkan Pengrajin kulit Sukaregang, produk dompet, tas dan jaket menjadi produk yang paling banyak diminati. Dimana produk yang menggunakan bahan dasar kulit domba, sapi, dan kerbau, menjadi salah satu keunggulan untuk menarik pelanggan. Terutama jaket kulit yang hampir

tersedia di setiap toko Pengrajin kulit Sukaregang. Produk jaket menjadi sangat diminati pembeli terutama para Wisatawan domestik maupun Mancanegara, sebagai oleh-oleh khas dari wilayah tersebut. Hal itulah yang membuat produk jaket kulit seakan menjadi produk yang wajib dibeli oleh para Wisatawan saat berkunjung ke Kabupaten Garut.

Wilayah Pengrajin jaket kulit Sukaregang sendiri menurut sejarahnya mulai eksis sekitar awal tahun 1970-an. Pada saat itu, Pengrajin kulit Sukaregang hanya terdapat sedikit yang memiliki kios di wilayah tersebut. Kemudian seiring berjalannya waktu, produk yang mereka hasilkan terus diminati hingga membuat kawasan Sukaregang menjadi pusat industri kulit terbesar di Kabupaten Garut. Dari mulai jaket, sepatu, dompet, tas, hingga ikat pinggang bisa didapatkan dengan beragam motif, ukuran, dan jenis-lainnya.

Memasuki tahun 2020, sama halnya dengan sektor industri lain, Pengrajin kulit Sukaregang mengalami kemunduran akibat pandemi global Covid-19 yang menimpa seluruh dunia hingga menyebabkan kekacauan hebat. Kenyataan ini, membuat banyak orang kehilangan pekerjaan dan mengalami kesulitan krisis ekonomi terjadi. Begitu juga dengan usah pengrajin jaket kulit yang ikut terdampak pandemi hingga penurunan omset 60 persen jadi 2-3 juga dari biasanya (Sihabudin,2023).

Pandemi global Covid-19 sendiri, terjadi sekitar akhir tahun 2019 yang di akibatkan oleh penyebaran Virus Corona yang sudah dikenal sejak tahun 1930-an dan diketahui terdapat pada hewan. Kemudian pada 11 Februari 2020, *World*

Health Organization (WHO) secara resmi mengumumkan penamaan baru virus penyebab pneumonia misterius itu dengan nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2 (SARS-CoV-2)* dan nama penyakit yang ditimbulkannya adalah Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) (Sutaryo,2020:4).

Dengan adanya pandemi global ini, membuat pergerakan roda ekonomi makin hari makin melambat, bahkan bukan lambat lagi, dari hari ke hari terus mengalami kemunduran. Berbasarkan beberapa literasi, Jumlah kunjungan ke pusat perbelanjaan menurun sangat drastis sampai turun sekitar 80-90 persen. Begitu pula dengan usaha pengrajin kulit sukaregang yang mengalami penurunan usahanya. Karena pandemi Covid-19, menyebabkan masyarakat dibatasi aktivitasnya seperti untuk bekerja maupun berbelanja kebutuhan. Adapun untuk memenuhi belanja kebutuhan, masyarakat saat itu begitu dibatasi dari segi akses seperti tidak bisa mengunjungi pusat perbelanjaan dalam waktu yang lama. Hal itu kemudian merubah cara mereka berbelanja dari belanja langsung ke lokasi secara konvensional, menjadi belanja secara online .

Marketplace Shopee menjadi alternatif masyarakat untuk berbelanja kebutuhan ditengah pembatasan akibat pandemi Covid-19. Market place yang hadir berkembang sebelum masa pandemi ini, kemudian menjadi tren baru masyarakat saat berbelanja. Dengan segala kemudahan yang ditawarkan lewat peng-aplikasian teknologi, market place pada akhirnya dipilih oleh masyarakat sebagaimana data (Kementerian Perindustrian, 2020) yang menyebut transaksi belanja online naik hingga 80 Persen pada kuartal 1 2020. Kemudian melihat tren

belanja tersebut, untuk bertahan dimasa pandemi Covid-19, pada akhirnya para pengusaha melakukan perubahan dalam bisnisnya.

Untuk memajukan usaha, para pelaku melakukan perubahan dalam cara berbisnis mereka dengan beralih ke pemasaran secara online di samping toko konvensional yang telah mereka miliki sebelumnya. Berbagai platform digital, seperti media sosial, *e-commerce*, atau *marketplace* lainnya juga kini dapat membantu para pengusaha kecil ataupun membangun bisnisnya secara digital. Begitu pula dengan para pengusaha pengrajin kulit di Kabupaten Garut, tidak sedikit dari mereka yang memutuskan untuk beralih penjualan secara online.

Kemudian memasuki tahun 2022, pandemi covid-19 kini berangsur membaik yang berimpas juga pada pemulihan berbagai sektor aktivitas kehidupan. Pandemi Covid-19 kini mulai berubah menuju endemi sehubungan terkendalinya penyebaran virus Corona yang bisa ditangani. Hal ini kemudian membuat roda kehidupan kembali normal seperti sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Di mana semua aktivitas akan menjadi normal dengan beberapa penyesuaian dari dampak terjadinya pandemi Covid-19 yang masih berlangsung sampai saat ini. Dampak tersebut dari segi ekonomi salah satunya terjadi pada kebiasaan berbelanja masyarakat secara online yang meningkat alih-alih menurut dimasa pemulihan pandemi covid-19 seperti naiknya pendapatan hingga 15-20 juta perbulannya (Sihabudin, 2023).

Kebiasaan belanja online yang meningkat ini, terjadi sebagai akibat pandemi Covid-19 yang dulu memaksa masyarakat untuk beralih dari belanja

langsung ke belanja online. Bukan tanpa sebab kenapa kegemaran belanja online cenderung meningkat, melainkan karena dengan lewat kemudahan yang disediakan oleh teknologi membuat masyarakat terus nyaman berbelanja secara dari. Akibatnya, pelaku usaha terus melanjutkan bisnis toko daring sambil menjalankan toko konvensional. Disini, mereka akan dihadapkan dengan persaingan yang memiliki ruang lingkup lebih luas dibanding toko pada biasanya. Kemudian berhubung penjualannya kini secara online, secara tidak langsung juga mereka menerapkan praktik digital marketing.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana Pengrajin Kulit Sukaregang dalam melakukan Optimalisasi Digital Marketing di masa pemulihan akibat pandemi global Covid-19. Kemudian dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori fenomenologi sebagai dasar teori yang digunakan. Fenomenologi sendiri pada dasarnya berpandangan bahwa apa yang tampak di permukaan hanyalah suatu fenomena dari apa yang tersembunyi dari objek yang diteliti. Fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dipelajari dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis.

Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektivitas karena pemahaman mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya (Yusria Dkk, 2018).

1.2 Fokus Pelitian dan Pertanyaan Penelitian

Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana Pengrajin Kulit Sukaregang di Kabupaten Garut dalam melakukan Optimalisasi Digital Marketing di masa pemulihan akibat pandemi global Covid-19. Adapun untuk pertanyaan penelitian, hal itu dapat dijabarkan sebagai berikut:

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apa motif Optimaliasai Didigal Marketing Marketplace Shopee Pengusahan Jaket Kulit di Sukaregang ?
2. Bagaimana pengalaman Optimaliasai Didigal Marketing Marketplace Shopee Pengusahan Jaket Kulit di Sukaregang ?
3. Seperti apa makna Optimaliasai Didigal Marketing Marketplace Shopee bagi Pengusahan Jaket Kulit di Sukaregang

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Apa motif Optimaliasai Didigal Marketing Marketplace Shopee Pengusahan Jaket Kulit di Sukaregang.
2. Untuk menjelaskan Bagaimana pengalaman Optimaliasai Didigal Marketing Marketplace Shopee Pengusahan Jaket Kulit di Sukaregang.
3. Untuk memahami Seperti apa makna Optimaliasai Didigal Marketing Marketplace Shopee bagi Pengusahan Jaket Kulit di Sukaregang.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah teori Fenomenologi atas suatu Fenomena yang tampak dengan ketiga asumsi dasarnya berupa Pengalaman, Motif dan Makna.

1.5.2 Manfaat Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan tentang optimasi *digital marketing* terhadap para Pengrajin Kulit Sukaregang, Kabupaten Garut dalam *marketplace* atau toko onlinenya.

1.5.3 Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan untuk peneliti selanjutnya dalam mengkaji suatu fenomena dengan teori Fenomenologi, terutama fenomena yang berkaitan dengan digital marketing di masa yang akan datang.