

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di masa sekarang, globalisasi telah memberikan perubahan terhadap dunia industri yang semakin lama semakin berkembang. Hal ini di akibatkan karena adanya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Timbulnya persaingan yang sangat ketat tersebut menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk dapat menghadapi persaingan dan mendapatkan keunggulan kompetitif.

Menurut Buku Novia et al (2023), Mengatakan bahwa pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang menggunakan platform dan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau layanan, mencapai audiens target, dan berinteraksi dengan pelanggan. Ini mencakup berbagai saluran dan alat, seperti situs web, media sosial, email, iklan online, dan lain-lain. Penggunaan teknologi dalam pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisien, akurasi, dan pengukuran hasil kampanye pemasaran secara lebih tepat.

Digital Marketing meliputi seluruh tahapan dari mulai menentukan suatu perencanaan, konsep, penentuan harga, promosi, distribusi ide, barang, dan jasa yang memberikan kepuasan kepada khalayak tertentu. Dengan kata lain, marketing adalah bagaimana memposisikan suatu barang atau jasa di pasar agar mendapatkan para pembeli dan menghasilkan profit (Kania, 2020).

Digital Printing merupakan bisnis percetakan berbasis digital yang hadir dengan segala kemudahan, kecepatan, serta kualitas yang tidak perlu diragukan lagi. Cara kerjanya yang cepat dan simple, yakni cukup dari file gambar kemudian bisa langsung dicetak melalui media cetak (print). Digital Printing merupakan perkembangan hasil inovasi cetak dari metode percetakan konvensional ke metode yang lebih canggih sehingga mempermudah masyarakat dalam proses pencetakan dengan hasil yang cepat, akurat, dan lebih terjangkau.

Kini teknologi digital printing bergerak dengan cepat memenuhi berbagai jenis kebutuhan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya bentuk produk cetak digital printing seperti baju sablon. Tak heran jika kini hampir semua percetakan mulai menggunakan digital printing untuk menyelesaikan pesanan konsumen.

Melihat hal tersebut, pelaku usaha harus dapat memberikan apa yang diharapkan konsumen dari percetakannya agar tetap diminati melalui pelayanan yang baik, memberikan produk yang berkualitas, serta melakukan strategi pemasaran yang tepat. Dengan begitu, tujuan perusahaan dapat tercapai yakni target penjualan sesuai yang diharapkan. Karena kebanyakan dari percetakan yang ada, mereka hanya melayani apa yang dibutuhkan konsumen namun kurang ramah dalam memberikan pelayanan, memberikan harga yang murah namun kualitas tidak memadai. Hal tersebut tentunya akan menjadi faktor yang mengurangi minat konsumen untuk kembali lagi menggunakan jasanya.

Minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi, minat beli konsumen adalah tahapan dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung

beberapa pilihan (Nunung, 2017). Konsumen melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang di dasari oleh bermacam pertimbangan.

Menurut Fitra (2020), Minat konsumen adalah perilaku konsumen yang menunjukkan komitmennya untuk membeli atau menggunakan suatu barang atau jasa. Ini adalah bagian terpenting dari keputusan pembelian seseorang dalam munculnya minat beli. Minat sangat memengaruhi sikap seseorang terhadap keputusan yang akan mereka ambil, minat juga merupakan sumber inspirasi yang akan mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan.

Digital marketing merupakan kegiatan melakukan promosi produk atau merek perusahaan, dengan menggunakan media elektronik. *Digital Marketing* disebut juga online marketing, internet marketing, atau web marketing. Tujuan *digital marketing* ialah untuk mempromosikan suatu merek, membangun preferensi, dan meningkatkan penjualan perusahaan melalui berbagai teknik *digital marketing* (Sinuraya, 2022).

Digital marketing adalah teknik pemasaran produk dan jasa yang dilakukan menggunakan media digital. Media digunakan untuk *digital marketing* seperti website, video marketing, iklan, social media, email marketing, dll. Tujuan dari *digital marketing* ini adalah menjangkau pasar lebih luas dengan marketing media internet. Semua media yang digunakan dalam *digital marketing* memiliki tujuan agar bisa terhubung dengan calon konsumen (Kurnia, 2022).

Kualitas produk adalah keseluruhan rangkaian fitur yang berasal dari pemasaran, teknik, produksi, dan pemeliharaan yang memungkinkan suatu produk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen (Trisnawati, 2023). Kualitas produk yang memengaruhi dapat memenuhi kebutuhan secara langsung atau tidak langsung, sehingga pilihan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitasnya.

Menurut Rosmitha (2017), Kualitas produk adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas atau keunggulan keseluruhan suatu produk atau jasa yang berkaitan dengan tujuan yang diharapkan. Indikator kualitas produk termasuk kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi, dan keragaman ukuran. Satu hal yang harus selalu diingat adalah persepsi kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan pelanggan yang secara keunggulan sudah layak diperjualkan sesuai harapan pelanggan.

Sablon digital semakin populer karena memiliki banyak keuntungan dibandingkan dengan teknik sablon tradisional. Kualitas cetak yang lebih baik dan detail yang lebih halus. Sablon digital dapat menghasilkan cetakan dengan detail yang lebih halus dan tajam bahkan pada gambar yang kompleks. Warna Lebih *vivid*, warna yang dibuat memiliki gradasi warna yang lebih halus dan warnanya lebih hidup.

Dalam penelitian ini peneliti akan mengungkapkan masalah yang akan diteliti *digital marketing* telah diterapkan, masih ada sebagian konsumen yang belum sepenuhnya terpengaruh oleh strategi ini, meskipun kualitas produk Laska Store dinilai baik, masih ada keluhan dari beberapa konsumen mengenai ketahanan sablon dan kecepatan produksi.

Berikut ini adalah jenis dan tipe alat yang digunakan oleh laska store untuk membuat produk sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jenis Alat dan Tipe Alat Yang Ada di Laska Store

NO	JENIS ALAT	TIPE ALAT
1	Mesin Printer Digital	<i>DTF (Direct to Film)</i>
2	<i>Heat Press</i>	<i>Heat press manual</i>
3	<i>Software Desain</i>	<i>Adobe Photoshop, Illustrator, atau CorelDRAW</i>
4	Tinta Sablon Digital	Tinta berbasis air atau pigmen
5	<i>Pre-Treatment</i>	<i>Fiksatif, primer</i>
6	Powder (DTF)	<i>Hot melt adhesive</i>
7	Film (DTF)	Film DTF
8	Peralatan Pendukung	Meja kerja, Penggaris dan cutter, Hot air gun Pelindung mata dan tangan

Sumber: Laska store,2024

Dari uraian tabel 1.1 alat yang di gunakan oleh laska store yaitu mesin printer digital DTF (*direct to film*) prosesnya melibatkan pencetakan desain pada film terlebih dahulu, kemudian di transfer ke kain menggunakan *heat press*. *Heat Press* digunakan untuk menempelkan tinta pada bahan dengan panas dan tekanan. Tersedia dalam berbagai ukuran dan tipe, mulai dari heat press manual dan otomatis. *Software* desain digunakan untuk membuat dan mengedit desain yang akan dicetak. *Software* desain yang umum digunakan seperti *adobe photoshop*, *illustrator*, atau *coreldraw*.

Tinta sablon digital tinta khusus yang dirancang untuk menempel dengan baik pada berbagai jenis kain. Tersedia dalam berbagai warna dan jenis, seperti tinta berbasis air atau pigmen. Nama lain *fiksatif*, *primer*, atau cairan perekat awal. *Pre-treatment* cairan yang diaplikasikan pada kain sebelum proses pencetakan untuk membantu tinta menempel lebih baik. Powder (DTF) bubuk yang ditaburkan pada

film setelah dicetak untuk membantu menempelkan tinta pada powder. *Hot melt adhesive* istilah teknis untuk perekat yang meleleh saat dipanaskan.

Film (DTF) media cetak yang digunakan pada proses dtf. Film khusus untuk proses sablon *digital transfer film*. Peralatan pendukung lainnya meja kerja, untuk tempat meletakkan bahan dan alat-alat. Penggaris dan cutter, untuk memotong *film* atau bahan. *Hot air gun* untuk mengeringkan tinta. Pelindung mata dan tangan sebagai alat keamanan kerja.

Laska store menawarkan beberapa bahan yaitu katun *combed* 24s, katun *combed* 30s, *baby terry*, *polyester*, *hyget*, *soft tee*, *hodie katun*, *hodie fleece* dan *sweater*.



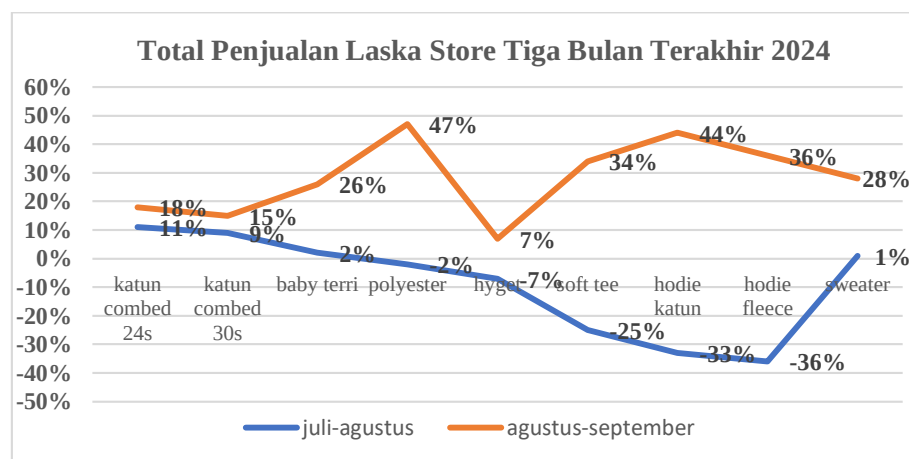
Gambar 1.1 Pakaian yang di Jual di Laska Store

Sumber: Laska store,2024

Berikut adalah hasil penjualan laska store selama tiga bulan terakhir yaitu bulan juli, agustus, september 2024 sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Total Penjualan Laska Store Tiga Bulan Terakhir 2024
(Juli, Agustus, September 2024)**

NO	Pakaian	Juli	Agus	Sept	Juli-Agustus	Agustus-September
1	katun <i>combed</i> 24s	40	45	55	11%	18%
2	katun <i>combed</i> 30s	50	55	65	9%	15%
3	<i>beby terri</i>	20	25	34	2%	26%
4	<i>Polyester</i>	25	20	38	-2%	47%
5	<i>Hyget</i>	27	25	27	-7%	7%
6	<i>soft tee</i>	20	15	23	-25%	34%
7	<i>hodie katun</i>	15	10	18	-33%	44%
8	<i>hodie fleece</i>	11	7	11	-36%	36%
9	<i>sweater</i>	9	10	14	1%	28%



Sumber: Laska store, 2024

Dari tabel 1.2 menjelaskan bahwa hasil laporan laska store tiga bulan terakhir tahun 2024, terhitung mulai dari bulan juli hingga september, pada katun

combed 24s pada bulan juli dan agustus mengalami kenaikan sebesar 11%, dan mengalami kenaikan pada bulan agustus dan september sebesar 18%. Katun *combed 30s* pada bulan juli dan agustus mengalami kenaikan sebesar 9%, dan mengalami kenaikan pada bulan agustus dan september kenaikan sebesar 15%.

Baby terry pada bulan juli dan agustus mengalami kenaikan sebesar 2%, dan mengalami kenaikan pada bulan agustus dan september kenaikan sebesar 26%. Polester pada bulan juli dan agustus mengalami penurunan sebesar -2%, dan mengalami kenaikan pada bulan agustus dan september kenaikan sebesar 47%.

Hyget pada bulan juli dan agustus mengalami penurunan sebesar -7%, dan mengalami kenaikan pada bulan agustus dan september mengalami kenaikan sebesar 7%. *Soft tee* pada bulan juli dan agustus mengalami penurunan sebesar -25%, dan mengalami kenaikan pada bulan agustus dan september mengalami kenaikan sebesar 34%.

Hodie katun pada bulan juli dan agustus mengalami penurunan sebesar -33%, dan mengalami kenaikan pada bulan agustus dan september mengalami kenaikan sebesar 44%. Hodie fleece pada bulan juli dan agustus mengalami penurunan sebesar -36%, dan mengalami kenaikan pada bulan agustus dan september mengalami kenaikan sebesar 36%. Sweater pada bulan juli dan agustus mengalami kenaikan sebesar 1%, dan mengalami kenaikan pada bulan agustus dan september mengalami kenaikan sebesar 28%. Dari data penjualan diatas Laska Store telah menjual produk sebanyak 714 pcs dengan konsumen sebanyak 253 orang.

Laska store berdiri pada bulan desember 2023 yang terletak di jalan diponegoro, pematang kandis, kec. Bangko, kabupaten merangin Jambi. Laska

Store menawarkan jasa sablon dan berbagai jenis pakaian polos yang bisa *custom desain* sablon sesuai keinginan konsumen. Laska store menggunakan teknologi modern yaitu menggunakan teknologi digital printing dan menyediakan bahan kualitas premium sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Digital Marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sablon Digital Printing Laska Store Bangko**”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Sablon digital printing Laska Store?
- 2) Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Sablon digital printing Laska Store?
- 3) Apakah *digital marketing* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Sablon digital printing Laska Store?

1.3 BATASAN MASALAH

Agar penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan terarah, maka dibuatlah batasan-batasan pada ruang lingkup penelitian. Batasan masalah yang dikaji dan diteliti dalam proyek penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan variable bebas *digital printing* dan kualitas produk. Variabel terikatnya adalah minat beli konsumen dan yang pernah membeli produk Laska Store.
- 2) Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk Laska Store.
- 3) Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner (angket).

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini adalah

- 1) Untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli konsumen sablon digital printing laska store.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk terhadap minat beli konsumen sablon digital printing laska store.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen sablon digital printing laska store.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1.6.1 MANFAAT AKADEMIS

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang wirausaha tentang pengaruh *digital marketing*, kualitas produk dan minat beli konsumen agar dapat dijadikan sebagai informasi tambahan ataupun pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

1.6.2 MANFAAT PRAKTIS

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi umkm dalam penerapan kualitas produk dan *digital marketing* terhadap minat beli konsumen sebagai bahan pertimbangan dan salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang unggul.

