

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam periode dengan dipenuhi oleh teknologi dan konektivitas digital seperti saat ini, pemasaran digital telah menjadi tulang punggung bagi banyak bisnis yang berupaya untuk tetap relevan dan bersaing. Galeri Dekranasda Kota Pangkalpinang, Bangka Belitung, tidak terkecuali dari tantangan ini. Sebagai pusat promosi produk kerajinan lokal dan destinasi wisata yang berguna buat ekonomi lokal, Galeri Dekranasda perlu memanfaatkan potensi pemasaran digital untuk meningkatkan kehadiran mereka secara online, memperluas jangkauan pelanggan, serta, yang sangat berarti, meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, penelitian tentang strategi pemasaran digital untuk Galeri Dekranasda menjadi sangat relevan serta berguna.

Sehingga strategi pemasaran digital yakni salah satu metode memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu buat industri yang memproduksi barang maupun jasa. Strategi pemasaran digital bisa ditatap selaku salah satu bawah yang dipakai dalam menyusun perencanaan Industri secara menyeluruh( Setiawati, 2017) [1].

Dalam era globalisasi saat ini, strategi pemasaran telah berubah menjadi fokus pada pelanggan, yang berarti bahwa industri harus menanggapi dan memenuhi kebutuhan pelanggan agar pelanggan puas (Nawawi & Purwanto, 2018) [2]. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai keadaan kognitif dimana pembeli merasa terdapat kesetaraan atau disproporsi antara pengorbanan yang dilakukan dan hasil yang diperoleh (Tjiptono, 2018). Menurut Kotler dan Keller (2016), konsumen puas adalah tingkat perasaan seorang individu setelah membandingkan apa yang mereka rasakan (hasil atau prestasi) dengan apa yang mereka harapkan. Konsumen akan kecewa jika kinerja kurang dari ekspektasi, tetapi jika kinerja memenuhi ekspektasi, konsumen akan merasa puas, dan jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan merasa puas. Kotler serta Amstrong( 2015) berkata kepuasan pelanggan merupakan perasaan bahagia ataupun kecewa yang timbul

sehabis menyamakan kinerja (ataupun hasil) produk yang dipikirkan dengan kinerja (ataupun hasil) yang diharapkan. Sangat tidak puas dengan pelanggan dapat berubah menjadi "terrorists" bagi penyedia layanan dengan menyebarkan rumor negatif secara luas (Lovelock & Wirtz, 2018) [3].

Jika ada indikator kepuasan pelanggan, mereka harus terdiri dari empat elemen: tingkat keseluruhan kepuasan pelanggan, keinginan untuk melanjutkan pembelian, evaluasi pelanggan terhadap produk, kritik dan saran pelanggan, dan evaluasi produk (Cristina & Marwanti, 2019). Oleh karena itu, setiap bisnis harus benar-benar memahami kebutuhan pelanggannya, jika tidak, akan sulit untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Pemasaran digital telah terbukti bermanfaat untuk meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pelanggan, tetapi banyak bisnis masih kesulitan untuk menerapkannya dengan benar, terutama bisnis kecil dan menengah. Sumber daya yang terbatas dan pengetahuan yang terbatas tentang teknologi digital sering kali menjadi hambatan. Oleh karena itu peneliti harus menerapkan tentang bagaimana strategi pemasaran digital dapat dilakukan secara efektif di Galeri Dekranasda menjadi esensial untuk memberikan panduan yang jelas bagi manajemen.

dalam meningkatkan daya saing galeri dan memaksimalkan potensi pemasarannya. Agar strategi pemasaran dapat mencapai tujuan, perlu dilakukan analisis menyeluruh terhadap profil audiens, platform digital yang tepat, dan konten yang menarik. Peneliti dapat membantu manajemen menyusun strategi pemasaran digital yang komprehensif dan terukur dengan memahami dinamika pasar dan teknologi terbaru.

Selain itu, seperti yang dinyatakan oleh García et al. (2019), ekonomi digital berkontribusi secara signifikan terhadap transformasi digital bisnis, di mana pemasaran digital dan loyalitas pelanggan adalah strategi pemasaran yang paling umum. Oleh karena itu, internet dan digital marketing telah menjadi komponen penting dalam memperoleh dan mempertahankan loyalitas pelanggan [4].

Kepuasan pelanggan hendak pengaruhi perilaku mereka sehabis mereka memakai ataupun merasakan benda serta jasa yang ditawarkan; pelanggan yang merasa puas hendak lebih kerap memakai benda serta jasa tersebut( Muktono, 2014) [5].

Penelitian ini bermaksud untuk mengeksplorasi banyak pendekatan pemasaran digital yang dapat digunakan di Galeri Dekranasda dan mengevaluasi sejauh mana strategi-strategi tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan mempelajari preferensi dan tindakan pelanggan secara mendalam, diharapkan penulis dapat menemukan solusi yang sesuai untuk meningkatkan pengalaman pelanggan di Galeri Dekranasda. Penelitian ini juga bertujuan untuk menemukan komponen yang dapat mempengaruhi keberhasilan penerapan strategi pemasaran digital di lingkungan bisnis seperti Galeri Dekranasda.

Penelitian ini akan memanfaatkan metode pendekatan kuantitatif, yang melibatkan wawancara dengan manajemen Galeri Dekranasda, observasi langsung, dan analisis dokumen, untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang dinamika pemasaran digital di Galeri Dekranasda. Melalui pendekatan ini, kami berharap dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pemahaman tentang strategi pemasaran digital dan bagaimana penerapannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam konteks bisnis lokal seperti Galeri Dekranasda.

Penting untuk diingat bahwa pemasaran digital bukanlah tujuan akhir, tetapi merupakan sarana untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih besar, yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan dan, akhirnya, mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan bisnis. Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya tentang mengidentifikasi teknik dan alat pemasaran digital yang paling efektif, tetapi juga tentang memahami bagaimana strategi tersebut dapat diintegrasikan ke dalam strategi bisnis secara keseluruhan untuk mencapai hasil yang optimal bagi Galeri Dekranasda dan pelanggan mereka.

Berdasarkan kondisi yang telah dipaparkan, penulis didorong untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang strategi pemasaran yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dengan judul : **ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI GALERI DEKRANASDA KOTA PANGKALPINANG BANGKA BELITUNG.**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan untuk menjelaskan tujuan dari perumusan masalahnya, permasalahannya harus dirumuskan setelah latar belakang masalah telah diberikan:

1. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran digital terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di Galeri Dekranasda?
2. Bagaimana penerapan strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh Galeri Dekranasda Kota Pangkalpinang?

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah yang dibahas dalam laporan ini adalah sebagai berikut, berdasarkan uraian dan pemaparan masalah di atas:

1. Penelitian ini hanya fokus pada strategi pemasaran digital yang diterapkan di Galeri Deskransasda di Kota Pangkalpinang, Bangka Belitung.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dibatasi pada aspek pemasaran digital dan kualitas produk.
3. Penelitian ini tidak mencakup analisis finansial atau operasional dari Galeri Deskransasda.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dan tujuan penulis dari peneliti ini adalah sebagai berikut:

### **1.4.1 Manfaat peneliti**

#### **a. Bagi penulis**

- 1) Untuk memahami peran strategi pemasaran digital dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di dekranasda pangkalpinang.

b. Bagi Dekranasda

- 1) Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya pemasaran digital dalam industri galeri.
- 2) Memberikan wawasan kepada Galeri Deskransasda mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.
- 3) Memberikan rekomendasi strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan oleh Galeri Deskransasda untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

c. Bagi Pembaca

- 1) Penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan.

1.4.2 Tujuan Penulis

1. Untuk menganalisis kondisi pemasaran digital yang telah dilakukan oleh Galeri Dekransasda di Kota Pangkalpinang, Bangka Belitung.
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan Galeri Dekransasda.
3. Untuk merumuskan strategi pemasaran digital yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Galeri Dekransasda.

**1.5 Sistematika Penulisan Laporan**

Agar skripsi ini mudah dipahami dan dipahami secara menyeluruh, kerangka dan pedoman penulisannya harus dijelaskan secara terorganisir. Berikut adalah kerangka yang digunakan untuk penulisan skripsi ini:

Sistematika penulisan berikut digunakan untuk menyajikan laporan skripsi ini. :

1. Bagian awal skripsi

Bagian awal skripsi Halaman-sampul depan, halaman judul, halaman judul dengan spesifikasi, halaman pernyataan bukan plagiat, halaman perkenaan dosen pembimbing, halaman pengesahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak bahasa Inggris, halaman daftar isi, halaman daftar gambar, halaman daftar tabel, dan halaman daftar lampiran.

## 2. Bagian utama skripsi

Bagian utama dibagi menjadi bab dan subbab, yaitu

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat peneliti, sistematika penulisan laporan.

### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini Sudah yang berisi tentang hasil- hasil riset terdahulu yang berkaitan dengan riset yang dicoba, bab landasan teori ini ialah tinjauan pustaka, menguraikan teori- teori yang menunjang judul, serta mendasari ulasan sencara perinci. Landasan teori bisa berbentuk definisi- definisi ataupun model yang langsung berkaitan dengan ilmu ataupun permasalahan yang diteliti. Pada bab ini pula dituliskan tentang tools/ aplikasi( komponen) yang digunakan buat pembuatan aplikasi ataupun buat keperluan riset. Pada bab ini, penjelasan teori yang digunakan merupakan penjelasan pendukung cocok dengan topik skripsi.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bagian ini, model pengembangan, langkah-langkah pengembangan, subjek uji coba produk, jenis data dan sumber, alat pengumpulan data, dan metode analisis data dibuat. Berikut ini yang dibahas dalam bab Metodologi Penelitian :

- a. Memilih lokasi dan waktu penelitian
- b. Kebutuhan analisis.
- c. Proses penelitian

### BAB IV PEMBAHASAN

Berisi tentang antara lain :

- a. Tinjauan umum

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian disertai struktur organisasi, tugas dan wewenang.

b. Hasil penelitian

Berisi tentang gambaran umum hasil penelitian.

c. Pembahasan

Berisi tentang gambaran hasil pembahasan.

## BAB V PENUTUP

Bagian ini mencakup kesimpulan dan saran dari penelitian secara keseluruhan. Kesimpulan ini dapat digunakan untuk mengemukakan masalah penelitian saat ini dan menyertakan bukti.

