

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG**

Perkembangan teknologi yang semakin maju dan pesat memberikan seluruh manusia kemudahan dalam mendapatkan informasi. Kemajuan teknologi ini memberikan dampak besar bagi aspek kehidupan manusia. Selain itu, perkembangan teknologi membawa pengaruh besar pada bangsa ini hingga saat ini berada di Revolusi Industri 4.0. Ahwal menjelaskan memasuki Revolusi Industri 4.0 ditandai dimana perubahan pada cara kerja dan sifat kerja manusia, salah satu pengaruhnya adalah hadirnya Internet<sup>1</sup>. Sejak hadir Indonesia sejak tahun 1990-an internet sudah membawa perubahan besar bagi bangsa ini. Di awal kemunculannya internet hanya dapat diakses oleh kalangan tertentu, seiring perkembangan zaman. Internet kini sangatlah mudah diakses oleh siapapun. Internet sendiri sudah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari setiap individu manusia.

Perubahan ini merubah segala aspek salah satunya adalah kegiatan Pemasaran. Kegiatan pemasaran konvensional yang biasanya dilakukan dengan sistem *Door To Door* dalam menggaet calon pelanggan kini bisa lakukan dengan mudah tanpa harus bertatap muka langsung atau harus melakukan kegiatan demonstrasi secara langsung. Kehadiran internet menciptakan trend baru dalam kegiatan pemasaran. Pemasaran

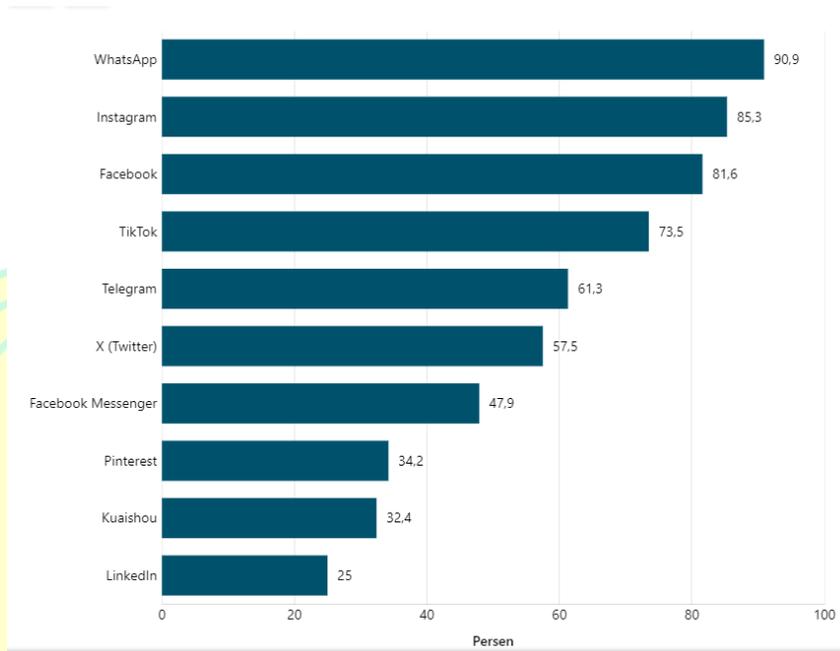
---

<sup>1</sup> Ahmad, Awhal. 2017, *Facebook Ads Mendapatkan Winning Campaign di Facebook Ads Lebih Cepat & Mudah*. Palu; CV Adi Jaya Perkasa

Digital merupakan trend yang muncul seiring dengan berkembangnya Internet. Pada awal kemunculan kegiatan pemasaran digital hanya dilakukan melalui Email atau Website. Perubahan pasar akibat kemajuan teknologi ini didukung dengan adanya badai pandemi Covid-19. Kegiatan manusia sangat dibatasi ketika pandemi ini membuat manusia beralih ke Internet untuk tetap mendapatkan Informasi yang tetap mudah dan aman ketika Pandemi. Perubahan perilaku ini memberikan peluang dan juga jenis digital marketing yang lebih luas. Akibatnya mulai menjamur kegiatan pemasaran secara digital yang dilakukan yang dinilai efektif dan lebih murah dibandingkan secara konvensional. Menurut Direktur Jendral Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika, Aswin Sasongko, pada tahun 2019 terdapat di Indonesia menjadi salah satu pengguna terbanyak di dunia ([www.antaranews.com](http://www.antaranews.com)).<sup>2</sup> pengguna situs jejaring sosial

---

<sup>2</sup> Putri, Ayu Okta. 2022 *Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Peningkatan Omset Penjualan UMKM (Studi Kasus Pedagang Kuliner UMKM di Kecamatan Ujungbatu)* dalam Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Binsis, Vol 4, No. 1. Rokan Hulu; Universitas Pasir Pengaraian. Hlm 569



**GAMBAR 1. 1 DATA PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI INDONESIA**

SUMBER: WWW.DATABOKS.KATADATA.CO.ID

Facebook menjadi salah satu media sosial dengan total pengguna terbanyak di Indonesia. Melansir <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024> , pada awal 2024 ditemukan bahwa total pengguna media sosial facebook sebanyak 81.6%, walaupun tidak menjadi media sosial teratas facebook tetap memiliki pengguna terbanyak di Indonesia pada urutan ke ketiga setelah media sosial whatsapps dan instagram.

Awal menyatakan bahwa dua platform resmi Facebook, Facebook Pages dan Ads, memungkinkan merek besar, orang terkenal, perusahaan, organisasi, komunitas, dan website untuk berbagai tujuan untuk media promosi atau sekedar mendapatkan “*Exposure*” untuk membangun personalitas branding dari suatu komunitas (Fans/target

market) yang ditargetkan sebelumnya<sup>3</sup>. Facebook sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak di dunia melihat hal tersebut segemntasi pasar Masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim-pun memberikan peluang Bisnis Travel dan haji dalam memasarkan produk.

Pemasaran secara digital merupakan kegiatan pemasaran yang dinilai sangat efektif untuk saat ini. Media sosial seperti blog, Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, dan sebagainya memiliki potensi besar untuk bisnis lebih dekat dengan calon pelanggan dan memiliki banyak manfaat bagi perusahaan karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga memungkinkan jaringan promosi lebih luas.

PT Fajrul Ikhsan Wisata (ESQ Tours&Travel) merupakan anak perusahaan dari PT Arga Bangun Bangsa atau ESQ Group. Sebagai penyedia layanan ibadah Haji dan Umroh.melihat perkembangan teknologi dan potensi pasar yang beragam ini. Membuat ESQ melebarkan sayapnya dalam media social dan juga penggunaan platform Facebook Ads sebagai sarana pemasaran produk paket Umrah dan Haji.

Melihat gaya strategi pemasaran yang baru melalui digital, ataupun melakukan kegiatan pemasaran dalam platform media sosial facebook Ads ini menjadi sebuah gencatan sendiri dalam memperluas dan menjangkau target pasar yang sesuai. Penggunaan *facebook ads* ini juga dilakukan dengan travel-travek Haji dan Umrah lainnya. Namun, kegiatan pemasaran melalui Facebook Ads ini apakah dinilai efektif

---

<sup>3</sup> Ahmad, Awhal. 2017, *Facebook Ads Mendapatkan Winning Campaign di Facebook Ads Lebih Cepat & Mudah*. Palu; CV Adi Jaya Perkasa. Hlm 5 - 6

atau adanya perubahan signifikan terkait penjual paket Umroh dan Haji sudah sesuai dengan target pasar PT Fajrul Ikhsan Wisata atau memang belum mencapai dari harapan PT Fajrul Ikhsan Wisata yang dilakukan dari kegiatan pemasaran melalui platform Facebook Ads. Selain itu, penelitian ini dilakukan berdasarkan dari data *leads* yang masuk diantara pemasaran secara digital di media sosial. Facebook merupakan *leads* paling kecil dibandingkan media sosial lainnya. Hal ini perlu diketahui dari kinerja dari *facebook ads* dalam upaya peningkatan penjualan paket umrah dan haji.

Penelitian terkait sebelumnya sudah dilakukan, yakni yang dilakukan oleh aulia (2017) dalam “*Pengaruh Promosi Menggunakan Facebook Ads Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Cokelat Jago*” hasil penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa penggunaan *facebook ads* memberikan pengaruh positif sebesar 0.203 atau 20.3%. Adapun penelitian ini diambil dengan tema tersebut. Melihat kebutuhan dan juga trend yang sedang berjalan saat ini. Selain itu, penelitian ini dilakukan atas rekomendasi PT Fajrul Ikhsan wisata yang dimana penelitian ini secara tidak langsung mempengaruhi terhadap sistem operasional dan manajerial dari PT Fajrul Ikhsan Wisata untuk kedepannya.

## 1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah disebutkan pada sebelumnya, adapun rumusan masalah yang dapat disimpulkan:

1. Apa pengaruh penggunaan platform *facebook ads* efektif dalam peningkatan penjualan paket Umroh dan Haji?
2. Berapa Besar Pengaruh yang dari penggunaan platform *Facebook ads* terhadap peningkatan penjualan paket Umroh dan Haji?

## 1.2 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan dari rumusan masalah yang sudah disebutkan pada sebelumnya, adapun tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana Efektivitas dari penggunaan Facebook Ads dalam upaya meningkatkan penjualan.

## 1.3 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang dapat diberikan yaitu:

1. Menjadikan acuan untuk PT Fajrul Ikhsan Wisata terkait keputusan atau langkah yang akan di ambil dari pemasaran digital melalui Facebook Ads
2. Dapat menjadikan pengembangan program dan keputusan PT Fajrul Ikhsan Wisata yang lebih baik
3. Memberikan pengetahuan tambahan dan pengembangan guna dalam bidang ilmu pengetahuan