

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang teknologi semakin canggih dan banyak perusahaan-perusahaan mulai mengiklankannya dengan mengunggah produk atau merk mereka di media sosial, dengan beriklan pada media sosial untuk menarik perhatian pelanggan sangatlah bagus, dikarenakan media sosial mempunyai akses sampai ke penjuru dunia, seiring berjalannya waktu media sosial mulai mengambil alih stasiun TV dan banyak orang-orang sekarang yang sudah tidak lagi menonton TV dikarenakan adanya media sosial seperti facebook, youtube, instagram, tiktok dan lain-lain. Oleh karena itu pemasaran sekarang menjadi lebih cepat untuk mendapatkan engagement dari para masyarakat, khususnya di media sosial.

Viral marketing pada saat ini sudah berkembang di seluruh dunia. *Viral marketing* sendiri bisa berkembang melalui jaringan internet secara cepat. *Viral marketing* sendiri adalah sebuah strategi pemasaran yang mendorong setiap individu untuk menyampaikan pesan pemasaran ke individu lainnya. Pengertian *viral marketing* menurut Armstrong dan Kotler (2004:90) adalah versi internetnya dari penggunaan mulut ke mulut, yang memiliki hubungan dengan menciptakan sebuah e-mail atau cara pemasaran yang sangat menular sehingga konsumen atau pelanggan bersedia atau mau untuk menyebarkan dan menyampaikannya kepada teman.

Viral marketing ini adalah salah satu cara yang paling efektif untuk memasarkan atau mempromosikan produk yang unik, eksperimental, premium dan kompleks, apa lagi jika diterapkan di media sosial, media sosial ini memiliki fitur pesan yang bisa dilihat oleh semua orang di penjuru dunia baik yang sudah dikenal maupun tidak dikenal. Dengan demikian apapun yang dikirim oleh si pengirim maka akan dilihat oleh orang lain di luar sana. Pada

media sosial terdapat followers atau pengikut, jika semakin banyak followers maka apapun informasinya atau produk yang di upload di media sosial akan

menjadi viral. Dengan viralnya produk tersebut maka akan mempengaruhi harga dan nilai dari barang tersebut, oleh karena itu strategi viral marketing ini salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh sebuah perusahaan dengan menggunakan jasa artis atau dengan followers yang banyak.

Salah satu media sosial yang ramai digunakan oleh orang-orang yaitu Facebook, Facebook merupakan sebuah aplikasi yang berisi foto maupun video serta chatting dengan orang lain dan membagikannya. Facebook pada saat ini menjadi salah satu media sosial yang diminati oleh semua kalangan generasi, Facebook sendiri dibentuk pada tahun 2004 yang didirikan oleh Mark Zuckerberg dan rekan mahasiswanya. Jenis media sosial ini menjadi salah satu jenis media sosial yang diminati oleh semua kalangan umur. Jenis aplikasi ini juga menawarkan berbagai jenis fitur oleh penggunaannya yaitu mengupload foto, mencari teman, mengirim video, memberikan like, comment, mengirim pesan sampai bisa bermain games. Dari banyaknya jejaring sosial yang ada sekarang ini, Facebook merupakan media sosial yang paling banyak diminati oleh masyarakat untuk dipergunakan sebagai media promosi jualan online.

Facebook merupakan salah satu jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Facebook memberikan tempat iklan kepada para pengguna Facebook yang memanfaatkan media sosial tersebut sebagai peluang bisnis online. Facebook sangat cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang populer ini merupakan nilai tambah bagi Facebook yang lengkap dengan fitur chatting dan status penggunaan aktif menjadi fasilitas yang mampu menghidupkan situs jejaring sosial ini, dengan fitur chatting ini pengguna Facebook dapat berinteraksi dua arah secara langsung dan fitur pengguna aktif adalah untuk mengetahui teman-teman yang sedang online. Selain fitur chatting, Facebook juga memiliki beberapa fitur yaitu mulai berbagi informasi, berbagi foto, berbagi video, dan pengguna banyak yang melakukan promosi produk dan jasa atau sedang melakukan kegiatan komunikasi pemasaran Facebook menjadi sales yang handal dalam membantu pengenalan produk dan jasa yang ditawarkan (Madcoms, 2010:1).

Perkembangan pengguna smartphone pada akhir-akhir ini sedang meningkat, dikarenakan meningkatnya pengguna smartphone.

Tabel 1. 1 Kenaikan Penjualan Smartphone pada Tahun 2020 sampai 2021

Brand	Presentasi Kenaikan Penjualan Smartphone
Poco	Naik hingga 1100%
Infinix	Naik hingga 200%
Realme	Naik hingga 50%

Sumber : <https://www.suara.com/tekno/2022/03/29/215313/penjualan-hp-poco-di-indonesia-naik-11-kali-lipat-di-2021>

Smartphone Poco pada saat ini menjadi incaran utama para masyarakat dikarenakan harganya yang murah dan kualitas yang bagus. Poco adalah salah satu perusahaan smartphone asal China berbasis android. Android adalah sebuah Operation System (OS) yang dikembangkan oleh google untuk smartphone. Jika kita melihat beberapa tahun ke belakang, banyak para masyarakat yang tidak tahu apa itu Poco, Poco merupakan merek yang berasal dari China. Poco mempunyai harga yang ramah di kalangan masyarakat low – mid level, tetapi kualitas dari brandnya sangat menjanjikan. Saat ini Poco sudah masuk ke pasar Indonesia dan sudah banyak orang yang mengetahui brand tersebut, namun sangat disayangkan kalau brand image dari Poco tidak terlalu baik di mata masyarakat dikarenakan banyak yang meragukan kualitas dari brand tersebut. Poco sendiri adalah smartphone dengan teknologi yang tinggi dan sudah menyaingi competitor-competitornya seperti Infinix dan Realme.

Salah satu strategi pemasaran yang telah digunakan oleh Infinix adalah viral marketing, yaitu teknik pemasaran yang mengandalkan penggunaan media sosial dan kata-kata dari mulut ke mulut untuk mempromosikan produk. Dalam hal ini, Infinix memanfaatkan media sosial untuk menyebarluaskan informasi tentang produk mereka, menargetkan para pengguna smartphone aktif di seluruh dunia. Tidak kalah dengan Infinix, Realme memanfaatkan viral marketing dengan mengeluarkan produk terbarunya yaitu smartphone Realme

8 dan Realme 8 Pro. Mereka membuat kampanye dengan menggandeng influencer atau public figure yang memiliki banyak followers di media sosial. Para influencer tersebut kemudian mempromosikan produk Realme 8 dan Realme 8 Pro dengan membuat konten yang menarik dan unik seperti challenge, unboxing, dan review produk. Tetapi Pada tahun 2021 penjualan Poco di Indonesia sangat pesat, tidak hanya di Indonesia saja melainkan di seluruh penjuru dunia, dikarenakan harga yang ditawarkan sangat terjangkau, dikarenakan Poco memfokuskan penjualannya secara online lewat WEB, E-Commerce dan marketplace. Poco pun jarang bekerja sama dengan distributor, sehingga harga dari smartphone tersebut dapat dikatakan sangat terjangkau dengan spesifikasi yang sudah menjanjikan di kelas harganya. Poco sangat cocok oleh orang yang mementingkan spesifikasi tinggi daripada melihat brand. Sehingga pasar Poco sangat diminati oleh kalangan anak muda di Indonesia. Tetapi perkembangan zaman semakin lama semakin berubah perkembangan pada teknologi smartphone khususnya para competitor Poco akan memproduksi smartphone yang dengan spesifikasi lebih dari yang ditawarkan oleh Poco.



Sumber: Youtube Gadgetin

Gambar 1.1 Video Viral Poco Smartphone di Youtube.

Poco mempunyai penggemar pada segment tertentu, dikarenakan smartphone Poco mempunyai harga yang murah dan memiliki spesifikasi yang lebih tinggi di kelas harganya, maka dari itu Poco menjadi sorotan pada saat ini. Poco menyebarkan berita tentang smartphone nya melalui media sosial Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, Twitter dan lain lain. Poco menyebarkan informasi produk itu untuk mendapatkan perhatian dari khalayak dan khalayak akan menjadi tahu informasi produk tersebut kemudian disebarkan lagi kepada orang lain. Hal itu membuat para konsumen memutuskan untuk membeli Poco *smartphone*. Keputusan pembelian pada smartphone dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah teknologi dan fitur-fitur yang tersedia pada smartphone tersebut. Teknologi dan fitur-fitur terbaru pada *smartphone* sangat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli *smartphone*. Fitur-fitur yang dapat meningkatkan minat konsumen dalam membeli *smartphone* meliputi layar yang besar dengan resolusi tinggi, kamera dengan kualitas yang baik, daya tahan baterai yang lama, kapasitas penyimpanan yang besar, kecepatan dan performa yang baik, serta keamanan dan privasi yang terjamin.

Poco Indonesia mengungkapkan laporan penjualannya yang sangat memuaskan selama tahun 2021. Di periode itu, ponsel poco terjual lebih dari 1,6 juta unit, naik 11 kali lipat dari tahun 2020. Salah satu faktor naiknya Poco yaitu dengan adanya *viral marketing*. Berdasarkan lokasi Grup facebook Poco X3|X3 PRO|X3 GT Indonesia, peneliti bermaksud untuk meneliti Pengaruh *Viral marketing* terhadap Keputusan pembelian Poco *Smartphone* Oleh karena itu judul yang diambil untuk melakukan penelitian ini adalah “Pengaruh *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Poco Smartphone (Survei Pada Grup facebook Poco X3|X3 PRO|X3 GT Indonesia).

1. 2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut :

1. *Viral marketing* mempengaruhi minat beli konsumen untuk membeli *Smartphone* Xiaomi?
2. Bagaimana penerapan *Viral marketing* yang diterapkan xiaomi?
3. Bagaimana persaingan dalam mempromosikan *Viral marketing* Poco *Smartphone*?
4. Apakah hambatan dalam menciptakan *viral marketing*?
5. Pengaruh *viral marketing* yang dilakukan xiaomi di Instagram dalam minat beli konsimen?

1. 3 Pembatasan Masalah

Penulis memberikan batasan ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan, peneliti hanya membatasi permasalahan pada pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen *Poco smartphone*.

1. 4 Rumusan Masalah

Adakah pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen *Poco smartphone*.

1. 5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengukur:

1. *Viral marketing* Poco *smarthphone*
2. Keputusan pembelian Poco *smartphone*
3. Pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian Poco *smartphone* pada grup Facebook Poco X3|X3 PRO|X3 GT

1. 6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber rujukan dalam penelitian lanjutan kajian komunikasi pemasaran khususnya berkaitan dengan *viral marketing*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi kepada para pelaku usaha atau industri agar mengetahui cara kerja *viral marketing* khususnya produk Poco *Smartphone*.

