

ABSTRAK

Muhammad Tsani Abdul Hakim

Pengaruh Penjualan *Online* dan Frekuensi Tampil Iklan Promosi Terhadap Pertumbuhan Usaha Sepatu *Home Industry* Di Wilayah Cibaduyut Bandung,

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi informasi dan internet di Indonesia serta kecenderungan masyarakat dalam berbelanja *online*. Hal ini menarik para pengusaha untuk menjual produknya secara *online* dan bersaing dengan para pengusaha lainnya. Menariknya para pengusaha dalam melakukan proses penjualan diberikan kemudahan oleh beberapa platform e-commerce seperti shopee, bukalapak, tokopedia, lazada, JD.id, dan lainnya serta platform sosial media seperti facebook, Instagram, twitter, line, whatapps dan telegram. Beberapa penyedia platform-platform ini menyediakan fitur khusus yang dapat membantu para penjual untuk mempromosikan produknya melalui periklanan berbayar. Seperti facebook dan intagram dengan facebook-ads nya, shopee dengan iklanku, bukalapak dengan iklan lapak dan sebagainya.

Telah diketahui bahwa penjualan usaha para pengrajin sepatu *home industry* di Cibaduyut telah menurun dalam beberapa tahun ini yang disebabkan oleh banyak hal termasuk karena sepi pengunjung dan konsumen yang datang ke pusat penjualan sepatu Cibaduyut. Namun, beberapa pengrajin masih bertahan dan disinyalir selain dari metode penjualan tradisional yang dilakukan juga ditunjang dengan penjualan secara online melalui beberapa platform yang tersedia dan demi dapat bersaing dengan para pedagang lain langkah promosi berbayar ini di ambil sebagai insentif jangka pendek guna mempertahankan pertumbuhan dan perkembangan usahanya. Sehingga penelitian ini dilakukan guna mencari jawaban akan adanya pengaruh penjualan online dan frekuensi tampil iklan promosi terhadap pertumbuhan usaha sepatu *home industry* di wilayah Cibaduyut.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif menggunakan survey dan digolongkan kepada penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Penelitian dilakukan dengan proses wawancara dan angket kuesioner terhadap 64 responden, responden adalah pelaku usaha/ pengrajin sepatu *home industry* di wilayah Cibaduyut dan dilakukan analisis dengan teknik analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.

Penelitian dilakukan mengecu pada apakah ada pengaruh penjualan online terhadap pertumbuhan usaha, apakah adanya pengaruh frekuensi tampil iklan terhadap pertumbuhan usaha dan apakah ada pengaruh penjualan online dan frekuensi tampil iklan secara bersama-sama terhadap pertumbuhan usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan online berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha sepatu meskipun dengan nilai R 0,232. Frekuensi tampil iklan promosi berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha sepatu dengan nilai R cukup kuat 0.532. Serta penjualan online dan frekuensi tampil iklan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha sepatu *home industry* di wilayah Cibaduyut dengan pengaruh cukup kuat R sebesar 0.537.

ABSTRACT

Muhammad Tsani Abdul Hakim

The Effect of Online Sales and the Frequency of Promotional Ads Displaying on the Growth of the Home Industry Shoes Business in the Cibaduyut Area

This research is motivated by the development of information technology and the vast application of internet in Indonesia, and the tendency of people to shop online. This attracts entrepreneurs to sell their products online and compete with other entrepreneurs. Interestingly, entrepreneurs in carrying out the sales process are provided with convenience by several e-commerce platforms such as shopee, Bukalapak, Tokopedia, Lazada, JD.id, and others as well as social media platforms such as Facebook, Instagram, Twitter, line, WhatsApp and telegram. Several providers of these platforms provide special features that can help sellers to promote their products through paid advertising. Like Facebook and Instagram with Facebook-ads, Shopee with My Advertisements, Bukalapak with Lapak Ads and so on.

It is known that the sales of home industry shoe craftsmen in Cibaduyut have decreased in recent years due to many reasons, including the lack of visitors and consumers who come to the Cibaduyut shoe Sales Center. However, some craftsmen still survive and it is pointed out that apart from the traditional sales method. They are also supported by online sales through several available platforms, and in order to compete with other traders. This paid promotional step is taken as a short-term incentive to maintain growth and development of their business. So this research was conducted to find the answers to the effect of online sales and the frequency of displaying promotional advertisements on the growth of the home industry shoe business in the Cibaduyut area.

The method used is quantitative using a survey and classified into explanatory research. The data were collected with interviewing and questionnaire to 64 respondents. The respondents were business actors / home industry shoe craftsmen in the Cibaduyut area. Data and information were analyzed using simple regression analysis techniques and multiple regression analysis.

The results show that online sales have a positive effect on the growth of the shoe business although with an R value: 0.232. The frequency of displaying promotional advertisements has a positive effect on the growth of the shoe business with a strong enough of R value: 0.532. As well as online sales and the frequency of displaying promotional advertisements together have a positive effect on the growth of the home industry shoe business in the Cibaduyut area with a strong enough of the R: 0.537.

التلخيص

آثار المبيعات عبر الإنترنت وتكرار عرض الإعلانات الترويجية على نمو تجارة صناعة الأحذية المنزلية في منطقة سيادويوت، باندونج

محمد ثاني عبد الحكيم بإشراف الدكتور أحمد حسن رضوان الماجستير والأستاذ الدكتور نانا هيرديانا أ الماجستير

انطلق هذا البحث من تطوير تكنولوجيا المعلومات والإنترنت في إندونيسيا وميل المجتمع إلى التسوق عبر الإنترنت. هذا يجذب رجال الأعمال لبيع منتجاتهم عبر الإنترنت والتنافس مع رجال الأعمال الآخرين. ومن المثير للاهتمام أنهم يقومون بعملية البيع بسهولة من خلال منصات التجارة الإلكترونية مثل Shopee و Bukalapak و Tokopedia و Lazada و JD.id وما أشبه ذلك، وكذلك من منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Instagram و Twitter و Line و WhatsApp و Telegram. ويوفر بعض مزودي هذه المنصات ميزات خاصة يمكن أن تساعد البائعين على الترويج لمنتجاتهم من خلال الإعلانات المدفوعة، مثل Facebook و Instagram مع Facebook-Ads و Shopee مع Iklanku و Bukalapak مع Iklan Lapak وما أشبه ذلك. كما هو المعروف أن مبيعات صانعي الأحذية المنزلية في سيادويوت قد انخفضت في السنوات الأخيرة لأسباب عديدة، بما في ذلك قلة الزوار والمستهلكين الذين يأتون إلى مركز صناعة الأحذية في سيادويوت. ومع ذلك، لا يزال بعض الصانعين يبقون الصناعة. ويعرف أنهم يباعون أيضًا، سوى عن طريقة البيع التقليدية، من خلال المبيعات عبر الإنترنت من خلال المنصات المتاحة. ومن أجل التنافس مع البائعين الآخرين، اتخذوا هذه الخطوة الترويجية المدفوعة كحافز قصير الأجل للحفاظ على نمو تجارتهم وتطويرها. فيجري هذا البحث لاكتشاف آثار المبيعات عبر الإنترنت وتكرار عرض الإعلانات الترويجية على نمو صناعة الأحذية المنزلية في منطقة سيادويوت. الطريقة المستخدمة هي الطريقة الكمية باستخدام المسح ويصنف هذا البحث

إلى البحث التوضيحي. عقد هذا البحث عن طريق المقابلات والاستبيان على 64 مستجيبًا. وكان المستجيبون ممثلين تجاريين / صناع أحذية منزلية في منطقة سيادويوت ويجري التحليل باستخدام أسلوب تحليل الانحدار البسيطة وتحليل الانحدار المتعدد. وتظهر النتائج أن المبيعات عبر الإنترنت لها آثار إيجابية على نمو تجارة الأحذية ولو كانت مع قيمة R تبلغ 0.232. وتكرار عرض الإعلانات الترويجية له آثار إيجابية على نمو تجارة الأحذية بقيمة R قوية تبلغ 0.532. وكذلك إن المبيعات عبر الإنترنت وتكرار عرض الإعلانات الترويجية معًا لها آثار إيجابية على نمو صناعة الأحذية المنزلية في منطقة سيادويوت بقيمة كافية تبلغ 0.537.

