

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saham dan obligasi tidak dapat dibandingkan dengan emas karena merupakan logam mulia. Emas ini tidak membayar dividen atau bunga. Menurut M. Septian, nilai emas ditentukan oleh permintaan dan penawaran pasar, penyebaran uang, tren kebijakan moneter, dan ketidakpastian global.

Sebagai logam mulia, emas memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan berpotensi naik setiap tahunnya. Salah satu indikator terpentingnya adalah harga emas, aset keuangan yang semakin mendapat perhatian. Emas memiliki sejarah tersendiri untuk digunakan sebagai penyimpan nilai dan lindung nilai terhadap inflasi, berbeda dengan komoditas lain, meskipun faktanya lebih sering dianalisis sebagai komoditas.

Pergerakan harga emas jangka pendek terlalu fluktuatif untuk cukup menjelaskan perubahan kecil pada tingkat harga, dan peran emas sebagai alat lindung nilai inflasi telah berkurang dengan pertumbuhan pasar keuangan berjangka. Akibatnya, harga emas berkinerja buruk sebagai indikator inflasi dalam kondisi tertentu. Harga emas akan naik melebihi inflasi jika terjadi banyak inflasi. Harga emas naik lebih cepat dengan tingkat inflasi yang lebih tinggi. Ini adalah karena emas dianggap sebagai investasi yang dapat menghentikan inflasi. Nilai emas yang dimiliki biasanya naik lebih cepat seiring dengan inflasi.

Namun, penting untuk diingat bahwa ketika tingkat inflasi rendah, harga emas akan turun. biasanya tetap sama atau bahkan sedikit menurun.

Jika inflasi lebih tinggi dari yang diantisipasi sebelumnya, terjadi kepanikan keuangan, perkembangan geopolitik yang mengarah pada krisis, harga minyak naik secara signifikan, terjadi peningkatan permintaan emas sebagai cadangan devisa, terjadi peningkatan konsumsi emas global, atau terdapat perubahan nilai tukar Rupiah terhadap US Dollar.

Terganggunya keseimbangan yang terjadi antara aliran uang dan barang merupakan akar penyebab inflasi, yaitu proses dimana harga-harga umum barang terus meningkat secara terus-menerus. Inflasi tidak dapat didefinisikan sebagai kenaikan harga satu atau dua barang saja kecuali tersebar luas atau menyebabkan kenaikan harga barang lain. Indeks Harga Konsumen atau CPI adalah indikator yang sering digunakan untuk mengukur inflasi. Perubahan harga berbagai barang barang konsumen dilacak oleh indeks harga konsumen. Harga paket barang dan jasa yang digunakan masyarakat umum ditunjukkan oleh perubahan IHK secara berkala.

Meningkatnya kebutuhan sosial dalam masyarakat modern berdampak besar untuk para pelaku pebisnis. Mereka mencari peluang untuk melakukan upaya yang berbeda untuk bersaing dengan pengusaha lain. Salah satunya adalah bisnis perdagangan emas. Emas sekarang tersedia dalam berbagai model dan telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam tingkat perdagangan.

Untuk investasi jangka panjang, logam mulia yang banyak dicari adalah emas. Aset emas dianggap lebih aman mengingat kondisi ekonomi saat ini. Ada berbagai jenis logam mulia Antam yang dapat dipilih jika Anda memiliki cukup uang, tetapi jika tidak, Anda dapat menggunakan MiniGold. Pemilik Distributor MiniGold Sidoarjo melihat peluang harga MiniGold yang sangat terjangkau, diminati dan dapat dijadikan investasi dan memilih MiniGold sebagai bisnis. Selain di Sidoarjo, penjualan emas MiniGold berkembang sangat pesat di berbagai daerah dimana para pemilik Distributor MiniGold menggunakan ini sebagai salah satu bisnisnya. MiniGold tidak hanya terjangkau dan mudah didapat, tetapi juga sangat praktis. Dan juga dalam sistem distribusi penjualan emas MiniGold ada 3 yaitu Dealer, Distributor, dan Reseller.

Pandemi corona atau covid - 19 saat ini sudah mencapai puncaknya yang dimana hampir semua negara sudah banyak yang terjangkit dengan virus ini, yang disinyalir bahwa virus ini pertama kali datangnya dari wuhan yang kemudian menyebar keseluruh dunia, yang dimana efek dari virus tersebut sangat luar biasa yang melumpuhkan seluruh aspek kehidupan terutama pada aspek ekonomi banyaknya PHK besar-besaran dan juga di tutupnya berbagai pusat perbelanjaan yang dimana banyak pedagang yang gulung tikar dikarenakan pandemi dan berpengaruh juga bagi pedagang emas yang notabnya emas adalah termasuk barang tersier jadi berefek juga bagi pedagang emas yang dikarenakan krisis ekonomi yang terjadi maka menjadikan minat beli emas pun menurun. Untuk itu dirasa perlu perkembangan di bidang pemasaran yang dimasa pandemi sudah diprogram WFH (*Work From Home*) maka segala aspek

jual beli dilakukan secara *online* atau daring nah maka dari itu diperlukan strategi pemasaran *online* yang menarik dan kreatif sehingga diharapkan dapat mengembalikan minat membeli emas bagi customer.

Model pilihan kemasan dan beragam berat mulai dari 0.025 gram, 0.05 gram, 0.1 gram, 0.25 gram, 0.5 gram, 1 gram dan 1.5 gram yang telah melalui uji Sucofindo & G-Lab Pegadaian. Dalam sistem pembayaran, pelanggan biasanya melakukan hal ini secara tunai atau *cash*, akan tetapi dimasa pandemi maka pembayaran dialihkan menjadi menggunakan sistem transfer melalui rekening dimana para *customer* akan membayar pesanan yang ingin dibeli dan membayar sesuai dengan harga emas MiniGold di hari itu.

Di masa pandemi seperti sekarang Distributor MiniGold Sidoarjo sendiri sudah tidak menerima pembayaran secara offline akan tetapi harus PO (Pre-Order) atau pesan dahulu yang kemudian uang pembayarannya di transfer ke rekening Distributor yang selanjutnya emas MiniGold nya bisa diambil atau di kirim melalui ekspedisi.

Judul skripsi, “Analisis Pemasaran Online Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Emas “MiniGold” Di Distributor Sidoarjo”, berangkat dari uraian di atas yang meliputi perkembangan produk emas serta permasalahan yang muncul setelah pandemi.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah berdasarkan konteks sebelumnya:

Di Distributor Sidoarjo, bagaimana pemasaran digunakan untuk mendongkrak penjualan produk Emas "MiniGold"?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana produk Emas "MiniGold" Distributor Sidoarjo dipromosikan untuk mendongkrak penjualan..

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Aspek Akademis

Memberikan gambaran mengenai pemasaran online.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Mempelajari lebih lanjut tentang cara menggunakan media sosial sebagai media pemasaran online di bidang manajemen pemasaran..

3. Aspek Praktis

Sebagai landasan agar masyarakat mempelajari penggunaan teknologi media sosial sebagai alat pemasaran secara online supaya berhasil menjalankan strategi pemasarannya.