

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang berkembang pesat pada era globalisasi sekarang menuntut pelaku bisnis agar selalu kreatif dan inovatif dalam membuat sebuah strategi guna mendapatkan konsumen yang lebih banyak serta mempertahankan usaha yang telah dijalankan, tidak menutup kemungkinan eksistensi di dunia bisnis berpengaruh dalam mencapai pertumbuhan tertentu. Hal tersebut tidak dapat disangkal karena banyak pelaku bisnis lain yang juga menjalankan usaha di sektor yang sama. Oleh karena itu sebagai pelaku bisnis harus benar - benar berfikiran kreatif, inovatif dan juga mengikuti perkembangan zaman yang ada.

Salah satu cara untuk mengatasi perkembangan dunia bisnis yang dapat digunakan oleh pelaku bisnis yaitu dengan merancang dan menerapkan strategi promosi. Strategi promosi sangat penting dalam sebuah perusahaan, hal itu dikarenakan peran yang sangat vital dari strategi promosi untuk perusahaan dalam mencapai target pasar yang diharapkan, seperti minat beli konsumen, ketertarikan terhadap jasa atau produk yang ditawarkan dan perilaku konsumen sebelum memutuskan pembelian. Jika strategi promosi tidak berjalan dengan lancar pada sebuah perusahaan, maka target perusahaan tidak dapat ditolak. Strategi promosi dapat dilihat sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh.

Seperti yang dijelaskan Tjiptono, (2018:251), mengenai bauran pemasaran yaitu perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya. Sehingga disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran". Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari empat elemen, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Sementara itu, untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang di perluas dengan penambahan tiga unsur, yaitu orang (*people*), fasilitas fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*), sehingga menjadi tujuh unsur (7P). Ketujuh elemen tersebut saling berhubungan satu sama lainnya dan dapat dikombinasikan sesuai dengan lingkungan, baik dalam maupun luar perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai. Salah satu hal yang dilakukan oleh pemasar agar menang dalam dunia pasar adalah promosi, yang mana pada dasarnya tujuan promosi adalah : memperkenalkan dan memperkenalkan kepada masyarakat tentang barang atau jasa yang diproduksi, menimbulkan minat masyarakat untuk membeli barang yang diproduksi, peningkatan minat beli.

Jejaring sosial adalah istilah yang menggambarkan berbagai teknologi yang digunakan untuk menyatukan orang untuk berkolaborasi, berbagi informasi, dan berinteraksi melalui pesan konten Web. Karena Internet terus berkembang, begitu pula berbagai teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna. Ini membuat media sosial lebih episodik daripada referensi spesifik

untuk penggunaan dan struktur yang berbeda. Di sisi lain, menurut Kotler dan Keller (2018) dalam Augustinah dan Widayati (2019), jurnal *dialectics* mentatakan penggunaan sosial media dapat berdampak positif pada produk. Dengan mempromosikan produk dan memberikan informasi spesifik kepada calon konsumen, pemasaran menggunakan media sosial dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, yang pada gilirannya meningkatkan penjualan.

Dengan berkembangnya jejaring sosial saat ini, masyarakat tidak perlu lagi khawatir akan batasan, jarak, ruang dan waktu. Media sosial kini menjadi tren dalam komunikasi pemasaran. Banyaknya pesaing menjadi faktor kunci bagi pelaku usaha untuk terlibat dalam persaingan yang ketat. Gunakan strategi pemasaran dan media yang tepat untuk mencapai target pasar dan pastikan penjualan tinggi secara konsisten dan peningkatan keuntungan. Semakin banyak informasi yang dibagikan, semakin banyak data yang disimpan di jejaring sosial. Untuk memfasilitasi penyebaran informasi yang tidak terstruktur ini, ada alat analisis yang berfokus pada analisis media sosial, atau *social media analytics* (SMA). Analisis media sosial telah menerima banyak perhatian karena didefinisikan sebagai “bidang penelitian *interdisipliner* yang muncul yang bertujuan untuk mengintegrasikan, memperluas, dan mengadaptasi metode analisis untuk data media sosial” (Noprianto, 2018).

Instagram saat ini menjadi media sosial yang sedang naik daun karena pertumbuhannya yang cukup pesat dan menjadi media periklanan yang banyak diminati oleh kebanyakan orang. Instagram menjadi aplikasi media

sosial yang semakin populer sebagai alat komunikasi bisnis online. Instagram juga tidak boleh dianggap remeh. Kepopuleran Instagram menjadi alasan utama para *merchant* memanfaatkannya sebagai media periklanan yang strategis untuk mempromosikan produknya. Cukup bagikan foto dan dalam hitungan menit penawaran akan muncul di semua akun Instagram. Pengguna tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk menonton. dan usaha.

Instagram adalah aplikasi media sosial ponsel cerdas yang dirancang untuk berbagi informasi yang disaring secara digital dan dengan berbagai layanan media sosial, termasuk Instagram-nya sendiri. Salah satu fitur unik Instagram adalah kemampuan untuk memotong foto menjadi kotak-kotak agar terlihat seperti kamera Kodak Instamatic atau Polanoid, kemampuan untuk mengedit foto sebelum diunggah, dan unggahan foto tanpa batas. Ini juga merupakan aplikasi yang cukup sederhana yang hanya menampilkan foto dan video dengan panjang tertentu, memberikan ruang bagi admin dan pengikut untuk menulis dan berkomentar (Satyadewi, Hafiar, dan Nugraha, 2017). Dengan menggunakan Instagram sebagai media iklan, dapat meminimalkan biaya. Tidak membutuhkan banyak biaya selain waktu dan tenaga. Saat ini, Instagram tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan informasi, tetapi juga populer di beberapa bidang, terutama pemasaran. Salah satu bentuk pemasaran yang sering dilakukan di Instagram adalah penjualan, periklanan, branding, dan layanan.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh *We Are Social* (2022), Instagram adalah jejaring sosial yang paling banyak digunakan peringkat keempat di belakang Youtube dengan 88%, Facebook 83%, Whatsapp 81%, dan Instagram 80%. Saat ini, Instagram tidak hanya menjadi tempat berbagi foto dengan teman dan keluarga, tetapi juga menjadi media bagi komunitas bisnis yang memiliki dua puluh lima juta akun di Indonesia. Oleh karena itu, Instagram merupakan jejaring sosial yang sangat cocok untuk berbisnis di wilayah Surabaya yang cukup berkembang dalam hal perdagangan.

Tabel 1.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia Empat Tahun Terakhir : 2018-2021

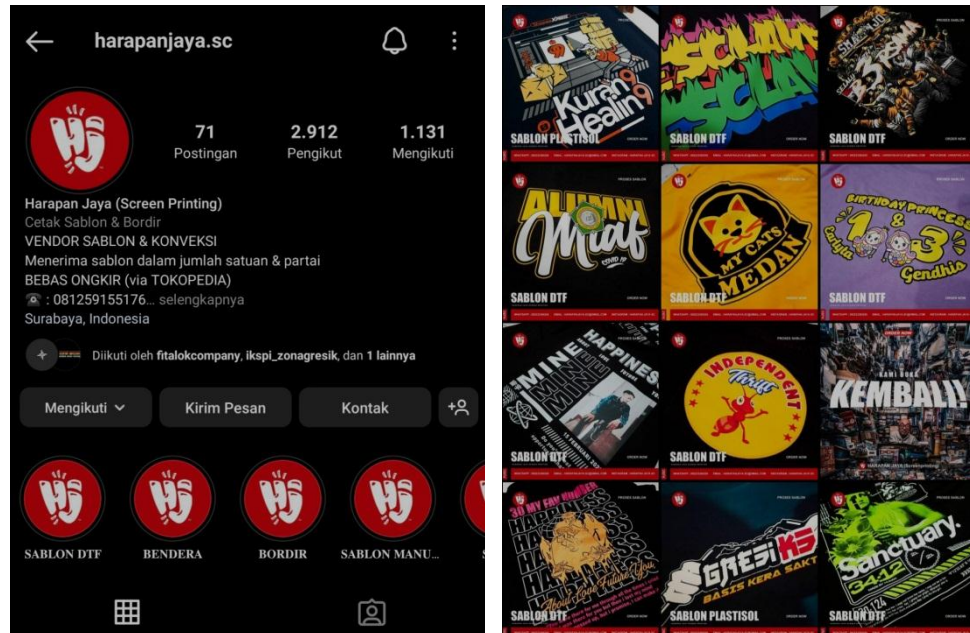
No.	Tahun	Jumlah Pengguna Instagram	Jenis Kelamin Pengguna Instagram
1	2018	53 Juta (20% populasi)	Pria (51%) Wanita (49%)
2	2019	61,61 Juta (22,6% populasi)	Pria (49,2%) Wanita (50,8%)
3	2020	63 Juta (23,1% populasi)	Pria (49,2%) Wanita (50,8%)
4	2021	85 Juta (30,9% populasi)	Pria (47,6%) Wanita (52,4%)

Sumber : Hootsuite (we are social), data diolah peneliti, (2022)

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi yaitu Harapan Jaya Screen Printing. Perusahaan ini merupakan usaha rumahan (*home industry*) yang bergerak di bidang konveksi, di dalam perusahaan ini menyediakan layanan jasa sablon kaos. Harapan Jaya Screen Printing berlokasi pada Jalan Kapas Madya IV/20, Surabaya dan telah berdiri dalam kurun waktu kurang lebih tiga tahun, oleh karena itu Harapan Jaya Screen Printing mampu bersaing dengan usaha sablon kaos lainnya dan juga mampu mengembangkan strategi promosi berbasis media sosial Instagram yang saat ini digunakan. Perusahaan ini menggunakan sistem layanan pesan secara langsung (*offline order*) dan melalui media sosial (*online order*).

Sistem promosi yang digunakan oleh Harapan Jaya Screen Printing yaitu dengan menggunakan potongan harga untuk pelanggan tetap, promosi menarik saat hari hari besar, namun pada saat ini Harapan Jaya Screen Printing sedang gencar melakukan promosi melalui media sosial, terutama Instagram dikarenakan pemilik merasa efektif menggunakan promosi dengan media sosial Instagram untuk saat ini, melihat perkembangan akun Instagram yang dirasa cukup pesat, serta melihat banyaknya pembeli atau pelanggan yang mengetahui Harapan Jaya Screen Printing melalui Instagram, oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana sistem promosi yang dilakukan oleh Harapan Jaya Screen Printing melalui media sosial Instagram dalam mencakup target pasar yang lebih luas lagi.

Gambar 1.1 Akun Instagram Harapan Jaya Screen Printing



Sumber : Instagram Harapan Jaya SC, 2022

Tabel 1.2 Daftar Pesaing Harapan Jaya Screen Printing

No.	Nama Usaha	Alamat
1	H&F Kaos	Jl. Sidotopo Wetan Baru Gg. V D No.66, Sidotopo Wetan, Kec. Kenjeran, Kota SBY
2	Godspeedmerch.id	Jl. Penjaringan Tim. No.50, Penjaringan Sari, Kec. Rungkut, Kota SBY
3	Teefortyone Clothing & Custom	Jl. Mulyosari Prima I No.103, Kalisari, Kec. Mulyorejo, Kota SBY
4	MSDK Konveksi	Jl. Rungkut Lor Gg. II No.16, Kali Rungkut, Kec. Rungkut, Kota SBY
5	Minezileshan	Jl. Bratang Gede VI F No.5, Ngagelrejo, Kec. Wonokromo, Kota SBY

Sumber data : data diolah peneliti, (2022)

Berdasarkan Tabel 1.2 terbukti bahwa Harapan Jaya Screen Printing memiliki pesaing di bidang bisnis yang sama. Toko–toko tersebut juga menyediakan layanan jasa yang sama, yaitu sablon kaos. Oleh karena itu pemilik menggunakan fungsi Instagram dengan menjadi wadah yang menjanjikan untuk memasarkan dan mempromosikan layanan jasa sablon kaos.

Pada era saat ini sablon kaos merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati oleh para konsumen terkait dengan hal fashion, karena dengan adanya sablon kaos kebutuhan konsumen mengenai gaya hidup mereka dalam berpakaian merasa terpenuhi, selain dalam hal fashion sablon kaos juga banyak dimanfaatkan oleh para komunitas, grup, organisasi dan instansi untuk menjadikan vendor pembuatan kaos bagi mereka.

Tabel 1.3 Perkembangan Omset

No.	Bulan	Omset Pendapatan
1	Maret 2022	Rp. 10.370.000
2	April 2022	Rp. 10.931.000
3	Mei 2022	Rp. 6.460.000
4	Juni 2022	Rp. 8.823.000
5	Juli 2022	Rp. 11.135.000
6	Agustus 2022	Rp. 10.591.000

Sumber : Harapan Jaya Screen Printing, (2022)

Pada bulan Maret 2022 terjadi peningkatan pendapatan yang signifikan yaitu sebesar Rp 10.370.000, hal ini dikarenakan Harapan Jaya Screen Printing melakukan perluasan area pasar dengan cara lebih menekankan promosi menggunakan media sosial instagram. Namun pada bulan Mei 2022 terjadi penurunan pendapatan yang diakibatkan karena terdapat kesalahan pada pengolahan akun media sosial Instagram yang digunakan, yaitu kurang aktif dan kurang fokus untuk melakukan promosi melalui Instagram dikarenakan hanya ada satu pengelola akun dan pada saat itu sedang memiliki banyak kegiatan.. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menganalisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Harapan Jaya Screen Printing.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diajukan penelitian dengan judul: **"Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan (Studi Pada Harapan Jaya Screen Printing Surabaya)"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram dalam upaya peningkatan volume penjualan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram dalam upaya peningkatan volume penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu mengenai strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan referensi khususnya di Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan promosi yang menggunakan sarana media sosial, khususnya Instagram.

1.4.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik (*owner*) Harapan Jaya Screen Printing dalam upaya peningkatan volume penjualan, khususnya dengan sosial media instagram sebagai sarana untuk promosi.