

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan zaman yang semakin berkembang, Kehadiran media massa tentu tidak bisa dipungkiri oleh manusia modern. Pada situasi dan kondisi seperti ini maka gaya hidup masyarakat pun ikut berubah, contoh perubahan gaya hidup pada masyarakat yang sangat mencolok yaitu adalah *gadget* dan intensitas beraktivitas di dunia maya. Hal tersebut membuat internet menjadi bagian penting dalam kegiatan kehidupan bermasyarakat. Selain untuk berkomunikasi, masyarakat juga menggunakan internet untuk berbelanja atau biasa disebut dengan kegiatan *online shopping*. Dari peristiwa tersebut membuat penggunaan teknologi dan informasi meningkat pesat dalam bidang perdagangan.

Dengan peningkatan penggunaan teknologi dan informasi dalam bidang perdagangan, maka semakin banyak bermunculan penjual barang atau jasa dengan berbasis *online*. Hal tersebut terjadi karena dengan menggunakan internet bisa memudahkan pemilik usaha untuk mempromosikan barang atau jasa mereka. Salah satu cara untuk mempromosikan produk pada internet yaitu dengan melakukan *endorsement* atau mempromosikan produk yang dijual dengan bantuan dari influencer atau *celebrity* dan testimoni. Menurut Wijaya & Sugiharto (2015), *celebrity endorsement* memiliki pengertian sebagai individu yang telah mencapai tingkat ketenaran yang membuatnya dikenal di masyarakat.

Selain menggunakan *celebrity endorsement*, pebisnis *online* juga mengunggah testimonial atau testimoni pelanggan untuk mempromosikan produk yang dijual. Menurut Awalilla (2018), Testimonial atau testimoni adalah catatan ungkapan pelanggan atau konsumen mengenai produk atau jasa serta pelayanan yang dilakukan oleh toko *online* yang disediakan di halaman web atau media sosial.

Tujuan dilakukannya promosi dengan menggunakan cara di atas yaitu adalah meningkatkan minat beli terhadap produk yang dijual. Menurut Awalilla (2018), minat beli merupakan pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang. Minat beli merupakan suatu hal yang cukup rumit namun harus tetap diperhatikan oleh pelaku usaha. Minat beli konsumen dapat timbul sebagai akibat adanya stimulus atau rangsangan yang ditawarkan oleh para pelaku usaha.

Melakukan cara promosi produk dengan menggunakan *endorsement* dan testimoni juga banyak dilakukan oleh para pelaku usaha di kota Madiun, Jawa Timur. Banyak sekali bidang usaha yang mulai menggunakan *endorsement* dan testimoni untuk menambah minat beli para calon konsumen, salah satunya adalah toko Seikat Kembang. Toko Seikat Kembang ini adalah salah satu pelaku usaha dibidang buket bunga di Kota

Madiun, diantara para pelaku usaha di bidang buket bunga lainnya di kota Madiun, Seikat kembang merupakan pelopor pelaku usaha bidang buket bunga yang menggunakan *endorsement* dan testimoni untuk menaikkan minat beli bunga di Kota Madiun, selain pemasaran melalui media *online*, Seikat Kembang juga memiliki toko fisik di Jl Serayu Kota Madiun.

Di Kota Madiun sendiri ada 3 pelaku usaha di bidang buket bunga yaitu Wish Bouquet, Orca Florist, dan Rykenza Souvenir. Berikut ini adalah data produksi dari ketiga kompetitor dari Toko Seikat Kembang:

Tabel 1. 1 Data produksi kompetitor Seikat Kembang

Nama Toko	Produk	Harga
Wish Bouquet	Buket bunga, buket <i>snack</i> , bingkisan (<i>hampers</i>)	Harga berkisar antara Rp 50.000 hingga Rp 500.000
Orca Florist	Fresh flower, buket bunga, karangan bunga	Harga berkisar antara Rp 40.000 hingga Rp 450.000
Rykenza Souvenir	Buket bunga, buket <i>snack</i> , aneka macam souvenir	Harga berkisar antara Rp 50.000 hingga Rp 500.000
Seikat Kembang	Buket bunga, buket <i>snack</i> , bingkisan (<i>hampers</i>), <i>fresh flower</i>	Harga berkisar antara Rp 50.000 hingga Rp 500.000

Sumber : Data diolah peneliti (2021)

Dari data kompetitor diatas dapat dikatakan bahwa persaingan bisnis dalam bidang buket bung aini terjadi cukup ketat dengan selisih harga yang cukup kecil. Menurut Adisaputro (2014) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk diamati, disukai, dan dibeli untuk memuaskan ssesuatu kebutuhan atau keinginan. Oleh karena itu produk dapat diartikan sebagai sekelompok nilai yang memberikan kepuasan pada pemakainya.

Menurut Kotler & Armstrong (2016:324) bahwa Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

Toko Seikat Kembang pada awal berdirinya hanya menggunakan foto detail produk untuk meningkatkan minat beli calon konsumen. Seiring berjalannya waktu, Seikat Kembang mulai mendapat ulasan-ulasan produk (Testimoni) dari para konsumen yang telah membeli produk pada Seikat Kembang. Testimoni dari konsumen ini bertujuan untuk menginformasikan kepada calon konsumen lain tentang bagaimana kualitas produk-produk yang dihasilkan oleh Seikat Kembang. Dalam menunjukkan testimoni, hal yang di perhatikan oleh Seikat kembang yaitu spontanitas dan daya tarik. Selain menggunakan testimoni, Seikat Kembang juga menggunakan jasa para selebriti Instagram untuk meng-*endorse* produk dari Seikat kembang sehingga masyarakat mulai mengetahui keberadaan Toko Seikat Kembang. Dalam memilih selebriti instagram untuk melakukan *endorsement*, seikat kembang mempertimbangkan beberapa aspek antara lain *credibility* dan *visibility* selebriti instagram tersebut agar proses *endorsement* bisa mendapatkan hasil yang maksimal. Sejak berdirinya Toko Seikat Kembang, tercatat telah banyak konsumen yang membeli produk-produk yang dihasilkan oleh Seikat Kembang. Namun dalam data penjualan Seikat Kembang tercatat bahwa dalam kurun waktu 2setengah tahun terjadi beberapa kali penurunan penjualan. Berikut adalah data

penjualan Seikat Kembang per-kuartal dalam kurun waktu 2 setengah tahun:

Tabel 1. 2 Omzet Penjualan Seikat Kembang per-Kuartal dalam 2 Setengah Tahun

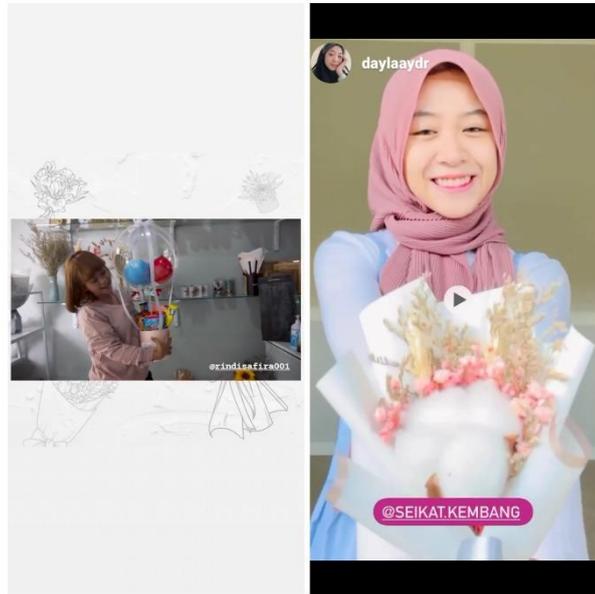
Kuartal	Omzet
Kuartal IV tahun 2018	Rp 6.250.000
Kuartal I tahun 2019	Rp 8.425.000
Kuartal II tahun 2019	Rp 5.500.000
Kuartal III tahun 2019	Rp 9.200.000
Kuartal IV tahun 2019	Rp 7.100.000
Kuartal I tahun 2020	Rp 10.400.000
Kuartal II Tahun 2020	Rp 9.250.000
Kuartal III tahun 2020	Rp 8.270.000
Kuartal IV tahun 2020	Rp 8.950.000

Sumber: Data internal Seikat Kembang

Dari tabel omzet penjualan diatas, dapat dilihat bahwa tiap kuartal penjualan Seikat kembang cukup fluktuatif, dilihat dari data per-kuartal setiap tahunnya omzetpenjualan Seikat Kembang mengalami kenaikan dan penurunan. Penerapan strategi pemasaran dengan menggunakan *endorsement* dan testimoni dilakukan secara rutin, namun dalam data tabel 1.2 dalam beberapa kuartal mengalami penurunan omzet penjualan. Hal ini bisa saja dipengaruhi oleh proses *endorsement* oleh *endorser* yang kurang menjangkau banyak kalangan serta beberapa Testimoni yang kurang memuaskan dari pelanggan.

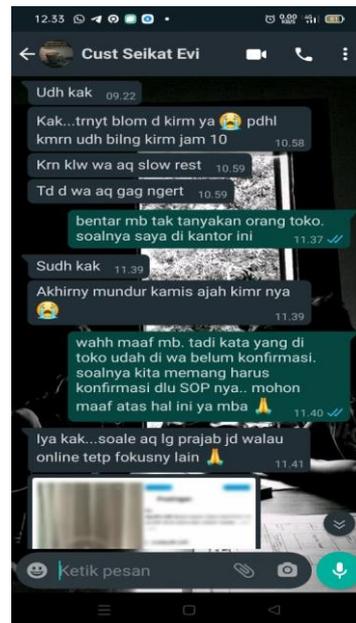
Berikut merupakan salah satu contoh proses *endorsement* yang dilakukan Seikat Kembang yang bekerja sama dengan selebgram Dayla Ayundra (@daylaaydr) dengan 16,8 ribu *followers* dan penyanyi Rindi

Safira (@rindisafira001) dengan 194 ribu *followers*:



Gambar 1. 1 Contoh Endorsement Seikat Kembang dengan selebgram Dayla Ayundra (@daylaaydr) dan penyanyi Rindi Safira (@rindisafira001)

Selain proses endorsement, hal yang bisa saja mempengaruhi menurunnya omzet penjualan dari Seikat Kembang adalah testimoni dari pelanggan. Seikat Kembang telah menerima banyak sekali Testimonial dari para pelanggannya, meskipun mayoritas testimoni yang diterima merupakan testimoni yang baik, ada pula beberapa testimoni kurang baik yang diberikan oleh pelanggan Seikat Kembang. Namun tidak semua testimoni yang kurang baik tersebut di *upload* oleh Seikat Kembang karena testimoni merupakan strategi pemasaran online yang sangat penting bagi pelaku usaha. Salah satu testimoni kurang baik yang di berikan datanya kepada peneliti yaitu mengenai telatnya pengiriman pesanan bunga kepada konsumen. Berikut merupakan testimoni kurang baik mengenai telatnya pengiriman bunga pada konsumen Seikat Kembang:



Gambar 1. 2 Contoh Testimoni kurang baik dari pelanggan Seikat Kembang

Dilihat dari strategi pemasaran diatas, peneliti menemukan sebuah permasalahan bahwa penurunan omzet penjualan pada Seikat Kembang bisa jadi di sebabkan oleh pemberlakuan *endorsement* dengan *endorser* yang kurang menjangkau banyak kalangan dan beberapa testimoni yang kurang memuaskan dari konsumen Seikat Kembang. Sehingga hal tersebut menyebabkan data omzet penjualan Seikat Kembang cukup fluktuatif.

Berdasarkan permasalahan yang dijelaskan di latar belakang, maka penelitian ini akan meriset apakah strategi yang di terapkan oleh Toko Seikat Kembang berhasil mempengaruhi minat beli para konsumen. Dengan meninjau permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Analisis Pengaruh *Endorsement* dan Testimoni Terhadap Minat Beli Pada Toko Seikat Kembang Madiun.”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Endorsement* berpengaruh terhadap Minat Beli pada Toko Seikat Kembang Madiun?
2. Apakah Testimoni berpengaruh terhadap Minat Beli pada Toko Seikat Kembang Madiun?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Endorsement* terhadap Minat Beli pada Toko Seikat Kembang Madiun.
2. Untuk mengetahui pengaruh Testimoni terhadap Minat Beli pada Toko Seikat Kembang Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Praktis

a. Bagi Lembaga Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pembendaharaan Pustaka tentang pengaruh *endorsement* dan testimoni terhadap minat beli, serta dapat menjadi pembanding bagi mahasiswa lain untuk melakukan penelitian berikutnya.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai saran untuk perusahaan dalam mengembangkan usahanya.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperdalam pengetahuan ilmu yang diperoleh sesuai dengan kasus penelitian.

2. Aspek Teoritis

- a. Penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai *Endorsement*, Testimoni, dan Minat Beli
- b. Dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti berikutnya yang membahastopik yang sama atau berkaitan dengan *Endorsement*, Testimoni, dan Minat Beli.