

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern seperti sekarang ini, perkembangan dan perubahan zaman terus terjadi disegala bidang demi tercapainya kesejahteraan dan kehidupan yang lebih baik. Saat ini dunia dihadapkan pada era yang disebut era globalisasi dimana era tersebut menjadi penghubung seluruh dunia untuk mewujudkan tujuan yang sama. Setiap individu dapat terhubung oleh siapa saja yang ada di belahan bumi ini dan terjadi penyebaran informasi dan komunikasi melalui media cetak dan elektronik yang mendunia.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merubah cara interaksi individu dengan yang lain. Internet menjadi sebuah ruang digital baru yang menciptakan sebuah ruang kultural. Tidak dapat dihindari bahwa keberadaan internet memberikan banyak kemudahan kepada penggunanya. Beragam akses terhadap informasi dan hiburan dari berbagai penjuru dunia dapat dicari melalui internet. Internet menembus batas dimensi kehidupan pengguna, waktu dan ruang, yang dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Pesatnya perkembangan internet sebagai alat komunikasi dalam beberapa tahun terakhir, menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat.

Hal inilah yang melatarbelakangi perubahan komunikasi konvensional menjadi modern dan serba digital. Perkembangan ini pun menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan muncul istilah telepon cerdas (*smartphone*). *Smartphone* memberikan fasilitas yang beraneka ragam, mulai

dari SMS, MMS, *Chatting*, *Email*, *Browsing*, serta fasilitas media sosial. Berdasarkan data pengguna internet berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2018-kuartal II/2020 mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 23,5 juta atau 8,9% dibandingkan pada 2018 lalu.

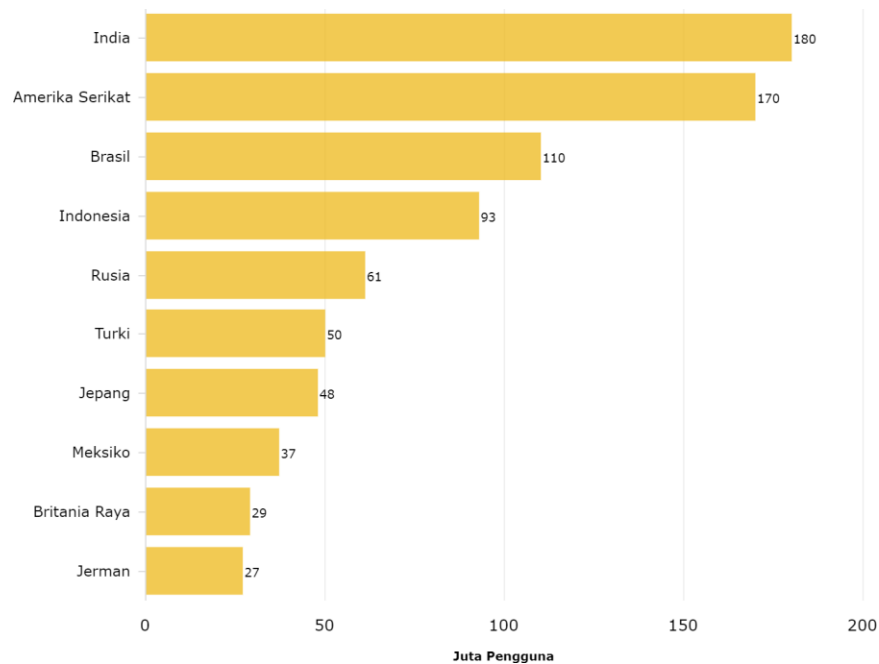
Perkembangan media sosial telah mempengaruhi perkembangan ekonomi. Berbagai transaksi yang sebelumnya hanya bisa dilakukan melalui tatap muka saja kini bisa dengan mudah dilakukan lewat media sosial. Promosi yang dilakukan perusahaan juga telah banyak mengalami pergeseran, banyak perusahaan yang beralih dari promosi melalui media cetak atau elektronik beralih kepromosi media sosial.

Dalam bidang ekonomi, segala kegiatan dan aktivitas yang berhubungan dengan internet mulai dari penjualan, pembelian, distribusi, hingga pemasaran menggunakan internet dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (e-commerce)*. Produsen pada e-commerce seringkali memiliki sebuah alat atau media dalam internet yang disebut dengan *webstore*. Kegunaan *webstore* pada transaksi online adalah untuk memfasilitasi calon konsumen dalam melihat atau mencari informasi produk yang diinginkan.

Namun dengan adanya *webstore* yang menyediakan fasilitas dan fitur tiak lantas menjadikan calon konsumn memilih *webstore* sebagai media pencari informasi produk yang diinginkan. Meskipun banyak wesdtore yang dihadirkan oleh produsen pengguna internet, namun terdapat beberapa pengguna internet lebih memilih mencari informasi produk yang diinginkan melalui meia social. Hal ini didukung dengan data yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesi tahun

2021 yang menyebutkan bahwa mayoritas masyarakat di Indonesia menggunakan internet untuk mengakses media sosial.

Media sosial di Indonesia memang menjadi salah satu hal yang paling diminati oleh pengguna internet di Indonesia. Beberapa media sosial terbesar di dunia memiliki banyak pengguna yang berasal dari Indonesia, salah satunya adalah Instagram. Instagram berada di urutan ketiga sebagai platform media sosial yang paling sering digunakan, setelah YouTube dan WhatsApp. Indonesia sendiri menjadi Negara dengan pengguna Instagram terbesar ke 4 setelah Brasil. Data ini diperoleh dari Statista hingga ditahun 2021 jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia 97 juta pengguna.



Gambar 1.1 Daftar 10 negara pengguna instagram terbanyak hingga Juli 2021

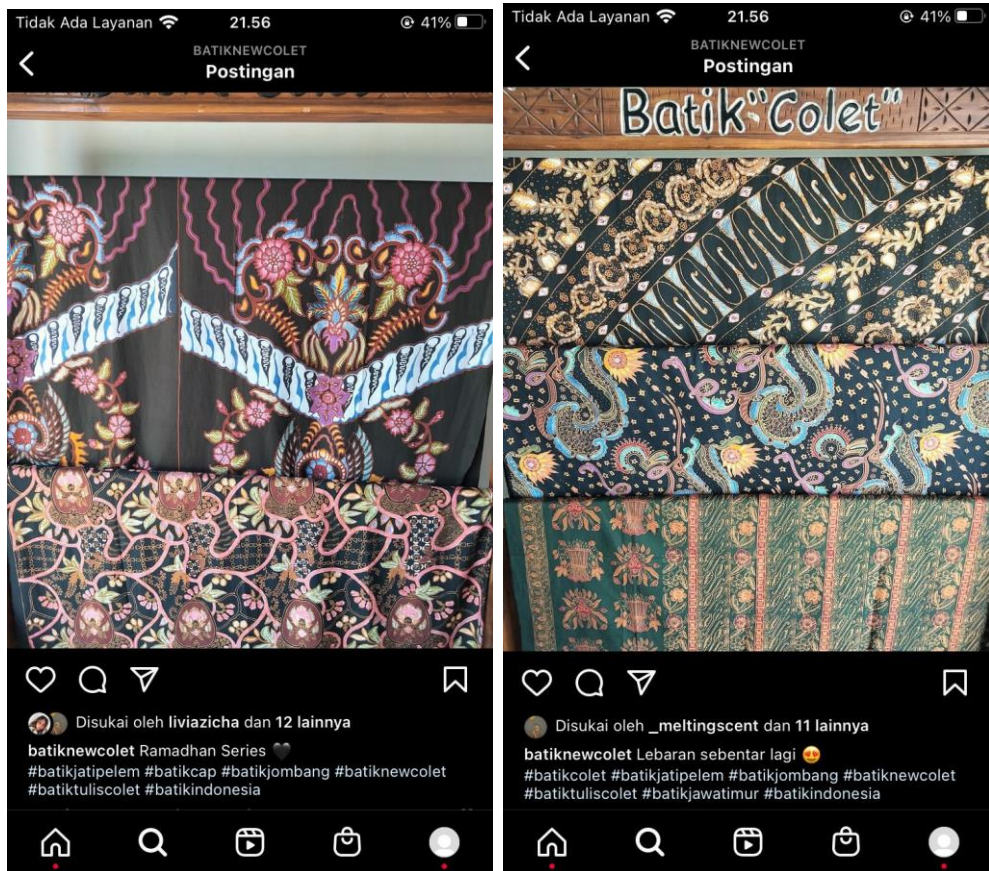
Instagram berhasil meraih kepopulerannya tak lain karena kebiasaan masyarakat sekarang yang cenderung narsis. Fitur kamera *smartphone* yang semakin meningkat dari segi kualitas menjadi salah satu penyebabnya. Dimanapun dan kapanpun kita dapat berfoto lalu menguploadnya di Instagram. Karena kebiasaan yang berubah ini pula, para pemilik bisnis menjadikan Instagram menjadi salah satu platform yang wajib digunakan untuk mempromosikan bisnis mereka. Penggunaan media Instagram ini merupakan strategi pemasaran yang efektif dan memberikan keuntungan bagi para penggunanya. Memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti Hashtags dan Instagram Story juga dapat meningkatkan penjualan, sebab banyak pengguna yang mencari informasi melalui media tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa Instagram dianggap sebagai peluang sekaligus alternatif yang dapat digunakan untuk membantu proses transaksi online. Selain terdapat banyak masyarakat yang menggunakan media sosial Instagram, penggunaan Instagram sebagai media penjualan tidak memerlukan biaya yang besar, sangat memudahkan dalam berbisnis, hanya dengan mengupload foto di laman Instagram, menambahkan teks menarik agar calon konsumen tertarik dan bisa dengan menambahkan hashtag atau tagar.

Hal inilah yang dimanfaatkan produsen sebagai media penjualan menggantikan webstore yang cenderung mahal dan rumit dalam pembuatannya. Pelaku bisnis mengaku lebih mudah memasarkan produknya melalui Instagram. Banyak orang yang mempunyai akun Instagram dan menggunakan Instagram dalam kesehariannya, dengan menggunakan Instagram maka kegiatan bisnis lebih fleksibel dan efisien waktu karena bisa melakukan promosi dimanapun dan kapanpun

Banyak barang yang dipasarkan di instagram, mulai dari makanan , minuman, pakaian, sepatu, tas, dan masih sangat banyak lainnya. Ditengah banyak produk yang dipasarkan, Batik New Colet dengan telaten memasarkan online produknya melalui media sosial instagram dengan memanfaatkan fitur-fitur instagram yang ada. Sejak Desember 2019 Batik New Colet telah memasarkan produknya melalui media sosial instgram sampai sekarang dan terus aktif hingga saat ini mempunyai fo llower (pengikut) sejumlah 382 pengikut dan 186 postingan. Akun Instagram milik Batik New Colet mengalami peningkatan dari segi tata letak upload foto, sorotan, dan produk yang diupload, sehingga semakin menarik minat konsumen saat mengunjungi laman instagram dari Batik New Colet

Pelaku usaha Batik New Colet sendiri, Pak Sutrisno juga menyampaikan dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis, Seperti ini ujarnya “sejak Desember mbak saya mulai masarkan produk lewat Instagram itu, tapi yaitu dibantu sama anak saya, bisa dibilang cukup membantu pemasaran lewat instagram ini, apalagi sekarang ini orang-orang jamannya online semua. Dulu itu sempat mbak dibikinkan website sama anak-anak yang kesini dari Universitas Wijaya Putra Surabaya itu sama yang dikasih alat pengeringan yang dibelakang, nah itu dari Wijaya Putra sama dibikinkan website juga seklian, tapi kalau dari saya sendiri kurang efektif, untuk pengoperasian saya sendiri agak susah,kan harus bayar juga itu website perbulan atau per apa gitu lupa saya, wes jadi gak sangat jarang dipakai lagi sampai sekarang, aktifnya yaitu di Instagram diuplad fotonya terus dikasih status dikasih hastag tanda pagar itu sama terkadang dibuat story-story di Whats App juga” .



Gambar Screenshot Pada Laman Akun Media Sosial Instagram

Batik New Colet Jombang

Garis besar yang dapat diambil adalah bahwa Pak Sutrisno menggunakan instagram sebagai media pemasarannya karena instagram merupakan media sosial yang simple dan efektif. Hal tersebut dilakukan sebagai pemasaran. Caranya dengan mengupload foto yang bisa member efek identifikasi dan promosi. Tidak cukup itu dalam penguploadan foto diperlukan sebuah hastag, hal ini bisa dilihat dari gambar diatas yang dimana setiap postingannya terdapat hastag.

Obyek dalam penelitian ini adalah pada “Batik New Colet Jombang” yang merupakan salah satu usaha dibidang industri tekstil, lebih spesifiknya dibidang

batik, yang akan menjadi objek penelitian ini. Peneliti memilih Batik New Colet Jombang sebagai objek penelitian karena tertarik dengan Batik New Colet Jombang yang merupakan salah satu batik asli dari Jombang dengan menggunakan motif asli batik jombangan. Selain itu di zaman yang serba modern ini Batik New Colet Jombang tetap mampu eksis dan terus berinovasi terhadap motif-motif dari hasil produknya.

Batik New Colet Jombang merupakan salah satu tempat pengusaha batik ditempat sentra batik di Jombang. Batik New Colet ini memproduksi dan menjual batik tulis, batik cap, dan busana batik. Batik New Colet milik Sutrisno ini berdiri sejak tahun 2006 hingga saat ini dan mampu bertahan sebagai salah satu pengusaha Batik di Jombang. Batik New Colet telah mengembangkan motif batik sesuai dengan era perkembangan zaman dan tetap mempertahankan ciri khas dari motif Jombang yaitu motif Jombangan.



gambar contoh motif batik

Pemasaran yang dilakukan oleh Batik New Colet Jombang dilakukan melalui penjualan *offline* dan *online*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, pemasaran Batik New Colet milik Sutrisno juga melakukan kerjasama dengan UMKM Jawa Timur dan Disperindag Jawa Timur. Konsumen atau pelanggan Batik New Colet ini juga berasal dari berbagai kalangan masyarakat.

Batik New Colet Jombang milik Sutrisno diterima baik oleh masyarakat dan semakin membuat banyak orang tahu tentang keberadaan batik asli Jombang, hal ini dapat dilihat dari foto-foto postingan di akun media sosial milik Batik Colet Jombang yang terus mengalami peningkatan jumlah like (*love*) di setiap foto yang diunggahnya. Terlebih tidak pernah ditemukan komentar negatif di setiap foto hasil produk yang diunggah di akun media sosial Instagram Batik New Colet Jombang. Hal ini sangat berpengaruh pada permintaan dan penjualan yang selalu mengalami peningkatan. Tidak hanya di dalam kota, pemesanan dan penjualan Batik juga banyak yang dilakukan di luar kota Jombang, seperti dari Surabaya, Jakarta, dan Bandung.

Dibawah ini adalah tabel jumlah transaksi Batik Colet Jombang dalam beberapa bulan terakhir :

Tabel 1.1

Jumlah pemasukan beberapa bulan terakhir di Batik Colet Jombang

Bulan	Penjualan
Juli	Rp. 30.000.000
Agustus	RP. 25.000.000
September	

	Rp. 27.500.000
Oktober	Rp. 27.000.000
Noveber	Rp. 34.000.000
Desember	Rp. 33.000.000
Januari	Rp.33.000.000

Sumber : Batik Colet Jombang 2021-2022

Dari tabel jumlah penjualan diatas, Batik Colet Jombang mempunyai omset yang tidak menentu. Omset yang dihasilkan setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan. Hal ini bisa disebabkan beberapa faktor, fator internal ataupun faktor eksternal. Pada bulan Desember terjadi penjualan yang mendapat omset paling tinggi yaitu sebesar Rp. 33.000.000.

Bersasarkan latar belakang yang telah dikemukakan peneliti untuk melakukan penelitian di Batik Colet Jombang, dengan mengambi judul

“Upaya Peningkatan Penjualan Batik New Colet Jombang Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram (Studi Pada Batiknewcolet)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengemukakan masalah bagaimana upaya peningkatan penjualan melalui pemanfaatan social medi Instagram ole Batik New Colet Jombang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi upaya peningkatan penjualan Batik New Colet melalui pemanfaatan media sosial instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya khususnya Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan analisis SWOT.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Batik New Colet Jombang untuk meninjau kembali upaya yang harus dilakukan dalam meningkatkan pendapatan.