

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi saat ini, sangat banyak usaha-usaha yang bermunculan masih menggunakan pemasaran secara konvensional dengan membuka toko untuk menjual barangnya. Namun dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi maka pemasaran saat ini sudah menggunakan pemasaran digital memanfaatkan keberadaan internet. Globalisasi menyebabkan persaingan dalam bisnis semakin ketat, sebuah perusahaan maupun organisasi untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan banyak faktor yang menjadi penentu keberhasilan perusahaan tersebut seperti modal usaha, sumber daya manusia, budaya perusahaan, kemampuan manajerial perusahaan serta penerapan strategi pemasaran yang tepat. Pemasaran mengandung arti segala usaha atau aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa para produsen kepada konsumen, dimana kegiatan tersebut ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran, (Sedjati, 2018).

Perusahaan didirikan dengan tujuan utama yaitu untuk mencari keuntungan dengan memperoleh laba yang maksimal agar kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan. Tujuan mencari keuntungan tersebut menuntut tiap-tiap perusahaan untuk dapat menjalankan strategi tertentu sehingga tetap bersaing dan tetap eksis seiring dengan perkembangan zaman yang demikian pesat.

Usaha produk kecantikan yang terdapat di Kota Palembang saat ini begitu banyak. Beberapa usaha sejenis ada yang mengalami kerugian dan akhirnya tutup, sebagian besar diantaranya disebabkan oleh kurangnya strategi yang digunakan untuk menarik masyarakat untuk menjadi pelanggannya. Terdapat beberapa usaha yang mengalami kebangkrutan dan akhirnya tutup, beberapa usaha kecantikan yang terdapat di kota Palembang juga ada yang masih berjalan, bahkan ada yang semakin berkembang dan

memiliki pelanggan yang cukup banyak dan setia, salah satunya adalah toko Bellaneshop.

Toko Bellaneshop merupakan usaha yang bergerak dibidang kecantikan. Toko Bellaneshop terletak di Jalan Sukabangun II. Sebelumnya toko Bellaneshop menjual produknya dengan cara konsumen datang langsung ke toko, namun dengan semakin banyaknya peminat dikarenakan lokasinya yang strategis dan harganya yang murah membuat konsumen khususnya wanita semakin tertarik untuk berbelanja ke toko Bellaneshop. Tidak hanya itu, tahun 2017 toko Bellaneshop memanfaatkan penjualan *online shopping* untuk memperkenalkan dan memasarkan produk secara online sebagai bentuk pemanfaatan media sosial instagram. Toko Bellaneshop melakukan strategi meningkatkan volume penjualan melalui kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Toko Bellaneshop adalah menggunakan media sosial Instagram dengan mengunggah foto-foto beragam dari produk kecantikan yang dijual lengkap dengan manfaat dari produk tersebut. Tujuannya untuk menarik konsumen atau pelanggan untuk membeli produk yang ada di toko Bellaneshop dan membuat usahanya ini semakin dikenal oleh masyarakat. Saat ini Toko Bellaneshop juga memiliki toko lain bernama Bellanestudio yang bergerak di bidang jasa pelayanan kecantikan di Jalan Sukabangun II dan di Jalan Kapten Marzuki. Keberhasilan dari Strategi yang dilakukan ini menjadi keuntungan yang dapat diperoleh dan mempertahankan kesetiaan para pelanggannya.

Berdasarkan kondisi yang telah diuraikan di atas dimana begitu banyak usaha sejenis yang menjadi pesaing dan membuat suatu pilihan Strategi meningkatkan volume penjualan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Sosial Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk Kecantikan Pada Toko Bellaneshop”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas penulis yaitu **“Bagaimanakah strategi sosial media promosi untuk meningkatkan volume penjualan pada toko Bellaneshop?”**

1.3 Ruang Lingkup Permasalahan

Penulis membatasi ruang lingkup penelitian berdasarkan permasalahan yang ada. Ruang lingkup penelitian yang akan dibahas oleh penulis yaitu: Bagaimanakah strategi sosial media promosi Instagram dan WhatsApp yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan pada toko Bellaneshop?

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi sosial media promosi yang dilakukan Toko Bellaneshop dalam meningkatkan volume penjualan produk kecantikan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan acuan serta rujukan bagi semua pihak yang ingin mendalami ilmu yang berkaitan dengan pemasaran dan ingin mengetahui terkait dengan strategi sosial media promosi untuk meningkatkan volume penjualan produk kecantikan.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dibidang pemasaran dan juga dapat dijadikan bahan pembelajaran khususnya dalam penggunaan strategi sosial

media promosi untuk meningkatkan volume penjualan produk kecantikan pada Toko Bellaneshop.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan yang positif dalam menentukan strategi sosial media untuk meningkatkan volume penjualan produk kecantikan pada Toko Bellaneshop.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan sebagai sumber referensi bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lainnya dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penulis memilih objek penelitian pada Toko Bellaneshop yang beralamat di Jalan Sukabangun II, Palembang. Bidang ilmu yang penulis ambil yaitu Manajemen Pemasaran tentang upaya Toko Bellaneshop dalam meningkatkan volume penjualan.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan dua macam data yang berdasarkan cara memperoleh data tersebut, yaitu data primer dan data sekunder. Pengertian data primer dan data sekunder menurut Yusi dan Idris (2016:109) adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Yusi dan Idris, 2016). Data primer yang penulis gunakan dalam penulisan laporan akhir merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik Toko Bellaneshop.

2. Data Sekunder

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Yusi dan Idris, 2016). Data sekunder yang didapat penulis berupa sejarah perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi dan pembagian tugas serta sumber-sumber pustaka lainnya yang berhubungan dengan bidang yang akan dibahas.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan terkait dengan strategi sosial media promosi pada Toko Bellaneshop, maka metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Riset yang dilakukan dengan mendatangi langsung tempat yang menjadi objek penelitian. Didalam riset lapangan penulis menggunakan wawancara. Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013), wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Penulis melakukan wawancara dengan pemilik Toko Bellaneshop untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan strategi sosial media promosi yang digunakan toko Bellaneshop dalam meningkatkan volume penjualan. Selain itu juga penulis mendapatkan informasi mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, tugas pokok dan tanggung jawab unit kerja serta data penjualan.

2. Studi Kepustakaan

Penulis mengumpulkan dan mempelajari informasi-informasi dari berbagai sumber seperti buku-buku referensi, internet, maupun sumber lainnya yang ada hubungannya dengan

pembahasan yang dibahas dalam laporan akhir ini.

1.5.4 Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif, dimana data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dengan skala numerik (Yusi dan Idris, 2016). Data ini tidak dapat disajikan dalam bentuk angka, maka untuk menganalisisnya penulis meminta data-data yang berkaitan dengan laporan akhir ini. Menggunakan metode ini penulis akan menjelaskan pembahasan mengenai strategi sosial media promosi yang digunakan dalam meningkatkan penjualan pada Toko Bellaneshop dengan didasari teori-teori yang ada sebagai suatu informasi yang dibutuhkan. Penulis menggunakan daftar pertanyaan berupa wawancara pada pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis bahas dalam laporan ini.

Analisis data kualitatif adalah Data yang tidak berbentuk angka, tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian tetapi masih merupakan fakta-fakta verbal, atau masih dalam bentuk keterangan-keterangan saja (Arikunto, 2012).