

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Dari jumlah pelaku, serapan tenaga kerja, dan kontribusi terhadap PDB, UMKM terbilang signifikan mendorong pembangunan ekonomi nasional. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM kota Palembang, Hj.Sulhijawati mengatakan berdasarkan data yang ada di Dinas Koperasi dan UMKM kota Palembang per Desember 2021 ada sebanyak 1.103 UMKM. Berkembangnya suatu UMKM disebabkan karena adanya peningkatan kebutuhan dan keinginan dari konsumen akan permintaan suatu barang ataupun jasa sehingga membuat para pelaku usaha untuk menciptakan kualitas atau mutu akan suatu barang dan jasa supaya dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha yang di jalankan.

Perkembangan teknologi saat ini telah memberikan banyak manfaat kemajuan dalam berbagai aspek, terutama untuk pelaku bisnis. Perkembangan teknologi dapat memudahkan jangkauan konsumen dalam membeli suatu barang. Penggunaan teknologi secara *online* seperti sekarang ini dapat membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk yang diproduksinya agar mudah dikenal oleh masyarakat luas. Media teknologi terdiri dari media konvensional dan media *online*. Media konvensional yaitu media cetak berupa Koran sedangkan media *online* yaitu berupa *Facebook, Instagram, WhastAaps, Twiter* dan lain sebagainya. Media seperti ini dimanfaatkan para pelaku bisnis dalam memasarkan dan mempromosikan produk yang dibuatnya supaya lebih dikenal oleh masyarakat. Media sosial semakin kelihatan menjadi tempat yang cocok untuk para pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Barang dijual dapat berupa pakaian seperti baju, tas, sepatu, sampai dengan aneka makanan.

Media sosial saat ini sedang menjadi sarana pertemanan yang paling efektif di masa ini. Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media

sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Selain sebagai alat komunikasi sosial bermasyarakat, media sosial kini juga telah beralih fungsi yang awalnya hanya sebagai jaringan pertemanan dan bertukar informasi yang awalnya diberikan dari “satu arah” menjadi ke “berbagai arah”. Informasi yang telah berubah ini dimanfaatkan oleh para penjual atau marketers untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen tanpa harus betatap muka. Atas hal tersebut di atas, menjadi sebuah dasar berlakunya teknik pemasaran masa kini melalui media sosial.

Setiap perusahaan memiliki strategi yang berbeda dalam memasarkan produk yang diproduksinya. Salah satunya Moza Bags yang merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang industri konveksi yaitu memproduksi berbagai macam tas maupun dompet. Usaha Moza Bags ini telah berdiri sejak tahun 2016 lalu. Usaha Moza Bags memiliki macam jenis tas maupun dompet yang sistemnya bisa dipesan terlebih dahulu atau juga bisa langsung datang ke lokasi. Moza Bags memiliki *reseller* di berbagai tempat seperti kota Palembang, Kayu Agung, Prabumulih dan Lubuk Linggau. Moza Bags menawarkan harga tas dan dompet mulai dari harga Rp 19.000 – Rp 400.000.

Moza Bags dalam melakukan kegiatan usaha agar produknya dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat bersaing dengan pelaku usaha serupa yaitu dengan menggunakan kegiatan promosi melalui penjualan langsung (*Personal Selling*) dan melalui media luar ruangan seperti spanduk dan X-Banner. Sedangkan media internet seperti mengunggah hasil foto-foto untuk pesanan konsumen untuk menarik calon konsumen baru maupun konsumen lama, cara yang dilakukan Moza Bags dengan menggunakan sosial media seperti *Instagram*, *Facebook*, *WhatsAap* dan *Shopee*.

Awalnya pada tahun 2016 sampai 2018 Moza Bags melakukan promosi melalui spanduk dan X-Banner serta mulut ke mulut sehingga orang melakukan pemesanan secara langsung. Pada tahun 2019 dan sampai sekarang Moza Bags sudah mengenal media sosial dan mulai memanfaatkannya sebagai sarana promosi dalam meningkatkan volume penjualan, usaha Moza Bags ini lebih di kenal oleh

masyarakat, terbukti dengan menggunakan media sosial ini adanya peningkatan dalam volume penjualan.

Tabel 1.1
Perbandingan Pesanan Sebelum dan Sesudah
Menggunakan Media Sosial

Tahun	Sebelum Menggunakan Sosial Media (Rp)	Sesudah Menggunakan Sosial Media (Rp)
2017	80.000.000	-
2018	85.000.000	-
2019	-	92.000.000
2020	-	103.000.000
2021	-	139.000.000

Sumber: Moza Bags, 2022

Keberhasilan dalam menggunakan sosial media ini berpengaruh bagi usaha Moza Bags ini dan juga dapat mempertahankan para pelanggannya. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DIGITAL PADA MOZA BAGS PALEMBANG”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalahnya sebagai berikut: Bagaimana Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Pada Moza Bags Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, agar penulis laporan akhir ini terarah dan tidak menyimpang, maka penulis membatasi pembahasan pada penggunaan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Whatsaap* dan *Shopee* sebagai media pemasaran pada Moza Bags Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui manfaat media sosial sebagai media pemasaran pada Moza Bags Palembang.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Dengan adanya penelitian ini serta hasil dari penulisan laporan akhir ini diharapkan bermanfaat bagi:

a. Bagi Penulis

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru melalui pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian, serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Manajemen Pemasaran.

b. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau saran bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas penjualan produk di perusahaan.

c. Bagi Pembaca

Sebagai referensi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai penggunaan media sosial sebagai media pemasaran digital, selain itu juga dapat memberikan motivasi dan gambaran umum kepada pembaca dalam menentukan topik penelitian

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini pada usaha Moza Bags yang beralamat di Jalan Kolonel Sulaiman Amin Komplek Perumdam Kartika 2 Blok C No. 25, Kecamatan Alang-Alang Lebar, Kota Palembang dan yang

menjadi pembahasan dalam penelitian ini yaitu penggunaan media sosial sebagai media pemasaran pada Moza Bags Palembang

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Yusi dan Idris (2009:103), berdasarkan cara memperolehnya, data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan skunder.

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data Sugiyono (2016:225). Data Primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh langsung dari objek peneliti yakni Usaha Mozza bags terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara terhadap pemilik usaha dan tenaga karyawan usaha Mozza bags.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah suatu data yang sudah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna jasa (Yuianto dkk:2018). Data sekunder dalam laporan ini diperoleh penulis dari berbagai macam referensi, seperti buku-buku, jurnal, data sekunder dari perusahaan seperti profil perusahaan, data sebelum menggunakan meda sosial dan sesudah dan lainnya, dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang ditempuh untuk memperoleh data yang diperlukan dalam suatu penelitian dengan menggunakan suatu alat tertentu. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Riset Lapangan (*Field Research*), Riset Lapangan dilakukan untuk mengumpulkan data primer secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian, yaitu Moza Bags

Palembang. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah:

a. Wawancara (*Interview*)

Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik usaha dan karyawan Mozza bags seperti menanyakan tentang peranan media sosial sebagai media pemasaran yang digunakan oleh Moza Bags Palembang.

b. Riset Kepustakaan (*Library Search*)

Menurut Sugiyono (2017:91), studi pustaka berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi pustaka sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. Dalam hal ini penulis mencari data-data dari buku, jurnal, dan literatur yang relevan dengan judul yang penulis tulis.

1.5.4 Teknik Analisis Data

Adapun metode penelitian yang akan digunakan penulis untuk menganalisis dan yang diperoleh dari Moza Bags menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang menganalisis data-data yang tidak berbentuk angka tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian yang berupa keterangan. Metode analisa yang dipakai adalah analisa deskriptif. Analisis deskriptif yaitu analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data mengenai strategi promosi untuk mencapai target penjualan pada Moza bags.

Data kualitatif berbentuk deskriptif menurut Nazir (2016), adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu system pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang di selidiki.

Sedangkan menurut Sugiyono (2013), data kualitatif berbentuk deskriptif merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat post positivism, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Adapun model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari suatu penelitian yang telah dilakukan di Moza Bags Palembang.