

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata Indonesia berkembang pesat, hal ini dibuktikan dengan perkembangan yang dilakukan oleh berbagai daerah dengan meningkatkan kualitas potensi wisata daerah. Pengembangan pariwisata dapat meningkatkan kemakmuran negara. Baik pemerintah, pengusaha maupun masyarakat telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan potensi wisata daerah dengan membangun infrastruktur yang lebih baik. Setelah migas, industri pariwisata menjadi sumber devisa terbesar. Keberhasilan pariwisata di kawasan ini dapat dilihat dari pendapatan industri pariwisata negaratersebut. Bidang yang lebih berkembang memberikan pengaruh yang baik bagi perekonomian dan perusahaan.

Para perusahaan atau pemasaran terdorong untuk mencari alternatif tambahan guna mendukung aktivitas komunikasi agar pesan komunikasi nya diterima secara baik oleh sasarannya. Alternatif tambahan dapat dilakukan adalah dengan melalui *event marketing*.

Belch (2018) menyebutkan bahwa event marketing merupakan bentuk promosi yang dilakukan perusahaan dimana merek yang dimiliki suatu perusahaan dikaitkan dengan suatu kegiatan yang memiliki tema khusus dan memiliki tujuan agar suatu produk dapat dipromosikan dan konsumen merasakan pengalaman saat mengikuti kegiatan tersebut. Sementara menurut Baack (2018) *event marketing* adalah ketika perusahaan mengeluarkan biaya untuk membuat acara sendiri atau mensponsori suatu program atau acara. *Event marketing* pada dasarnya adalah suatu acara yang dibangun untuk menyatukan orang-orang selama periode waktu tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya (Jackson, 2013). Menurut Gupta (2003) *event marketing* juga memungkinkan perusahaan untuk memperkuat produk atau layanan dan dapat mendorong penjualan dengan konsep acara dan tujuan tertentu. *Event marketing* merupakan suatu

sarana bagi sebuah perusahaan untuk mengomunikasikan brand nya kepada peserta atau konsumen dengan cara melibatkan peserta atau konsumennya dalam acara yang dibuat oleh perusahaan tersebut (Putri, 2016). Menurut Kotler (2017) pemasar juga dapat memanfaatkan *event marketing* atau sponsorship untuk mempromosikan suatu brand.

Menurut Lam, Hai, McDaniel (2013): “Strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi, yaitu periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan pemasaran langsung.

Perusahaan-perusahaan dulu sangat mengandalkan *advertising* atau periklanan sebagai sarana untuk komunikasi pemasaran kini mulai beralih kepada *event marketing*. Hal ini yang menyebabkan bisnis *event organizer* di Indonesia akhir-akhir ini semakin berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan penyelenggara *event marketing*. Oleh karena itu peran *event organizer* menjadi kebutuhan yang utama bagi perusahaan untuk mengadakan *event-event* yang berkualitas. Maraknya persaingan pada bisnis *event organizer* membuat para *event organizer* harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat bertahan dalam persaingan tersebut. (Ie, 2015)

Adapun salah satu perusahaan yang ikut bersaing dalam bisnis *event organizer* adalah CV. Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*) yang beralamat di Jl.Perikanan 3 No.290, Talang Aman, Kec. Kemuning, Kota Palembang. Perusahaan ini yang didirikan pada tanggal 7 Februari tahun 2014. CV. Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*) merupakan *event organizer* yang professional dalam bidang *MICE*, *Music Concert*, *Brand Activation* dan *Virtual Event* serta staff dengan jam terbang yang tinggi. Dengan banyaknya perusahaan pesaing yang sejenis, maka CV. Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*) harus memiliki strategi pemasaran yang baik dan dapat diterapkan secara efektif agar dapat bertahan dan bersaing dalam dunia bisnis. Salah satu strategi pemasaran yang diterapkan adalah promosi. Bauran promosi yang digunakan CV. Bestar Sumatera yaitu Periklanan (*Advertising*) dengan memberikan iklan yang dapat memberikan

iklan yang emotivasi, iklan yang menghibur , dan memberikan konten dengan durasi yang cukup lama. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*) dengan cara memberikan informasi mengenai produk kepada client, memperagakan produk kepada client, mmebuat client tertarik dengan produk yang akan ditawarkan. Promosi Penjualan (Sales Promotion) dengan cara giat men yampaikan prom osi melalui media sosial instagram. Hubungan Masyarakat (Public Relation and Publicity) dengan cara memberikan informasi yang akurat tanpa melibatkan unsur sara, memberikan pelayanan sesuai dengan etika yang berlaku. Pemasaran Langsung (Direct Marketing) dengan cara memperkenalkan produk kepada client dengan bertatap muka (langsung).

Media Sosial menurut Thoyibi (2019)menyatakan bahwa: “media sosial adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum.

Promosi melalui media sosial dapat dilihat dari data pengguna internet dan media sosial di Indonesia pada tahun 2020 tercatat ada 175,4 juta pengguna internet. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di Indonesia. Dari populasi 272,1 juta jiwa, maka 64% setengah penduduk Indonesia menggunakan internet.

Tabel 1.1
Data Media Sosial *Intagram* CV. Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*)
Tahun 2020-2021

No	Tahun	Kunjungan Profil Perminggu	Kenaikkan Jumlah Followers	Target Followers
1.	2019			
	Januari	250	1272	8000
	Febuari	266	1286	8000
	Maret	335	1307	8000
	April	112	1315	8000
	Mei	225	1327	8000
	Juni	119	1332	8000
	Juli	275	1332	8000
2.	Agustus	360	1369	8000
	2020			
	Januari	327	1378	10000
	Febuari	350	1390	10000
	Maret	344	1425	10000
	April	329	1460	10000
	Mei	371	1487	10000
	Juni	357	1530	10000
	Juli	520	1642	10000
	Agustus	622	1648	10000
	September	264	1648	10000
	Oktober	393	1649	10000
3.	November	394	1667	10000
	Desember	381	1676	10000
	2021			
Januari	302	1678	10000	
Febuari	304	1728	10000	

	Maret	306	1738	10000
	April	412	1752	10000
	Mei	139	1766	10000
	Juni	447	1771	10000
	Juli	183	1771	10000
	Agustus	198	1775	10000
	September	259	1775	10000
	Oktober	301	1817	10000
4.	2022			
	Januari	215	1819	10000
	Febuari	220	1820	10000
	Maret	226	1821	10000
	April	230	1826	10000
	Mei	235	1830	10000
	Juni	240	1837	10000
	Juli	250	1840	10000
	Agustus	265	1847	10000
	Oktober	280	1853	10000
	November	285	1859	10000
	September	292	1862	10000
	Desember	315	1873	1000

Sumber : CV.Bestar Sumatera (Reel Seven Organizer, 2023)

Berdasarkan data media sosial instagram CV. Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*) untuk kenaikan jumlah *followers* itu mengalami terus kenaikan walaupun perbulan itu tidak pernah megalami kenaikan yang sangat tinggi. Dan untuk target followers juga setiap tahunnya terkadang berbeda dari tahun kemarin.

Jadi alat promosi yang digunakan oleh CV.Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*) masih sangat terbatas, hanya saja dengan menggunakan pemasaran dari media sosial yaitu instagram. Pengelola memilih media sosial Instagram karena memiliki banyak pengguna. Ada beberapa strategi promosi untuk membantu memasarkan perusahaan jasa *event organizer* tersebut. Berdasarkan

latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada CV.Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*) yang peneliti tuangkan kedalam sebuah skripsi dengan mengambil judul “Analisis Strategi Promosi Media Sosial *Instagram* Pada Perusahaan Jasa *Event Organizer* CV.Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*)”.

Tabel 1.2
Data Pengguna jasa di CV. Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*)

No	Nama Pelanggan	No	Nama Pelanggan
1	Telkomsel	31	PTBA
2	Authenticity	32	H&M
3	Astra Honda Motor	33	LRT
4	Hino Motors	34	PT. Toyota Astra Motor
5	PT. Pertamina	35	Kementerian Pariwisata
6	Bank Negara Indonesia	36	Bhayangkari
7	Universitas Prasetya Mulya	37	Pemprov Jawa Barat
8	Danamon	38	JD.ID
9	Mitsubishi Motors	39	SMA N 6 Palembang
10	PT. KTB Berlian Motors	40	PT. PLN
11	Jazzy Bold	41	Sespimen Kompok Suryadi
12	Clasmild	42	Grab Indonesia
13	TNI AU	43	The Botol Sosro
14	Vespa Indonesia	44	Kementerian Perhubungan
15	Sang Pisang	45	Teman Bus GNKAU
16	Kobelco	46	Carro (Jual Beli Mobil)
17	06 Production	47	Hyundai
18	MX GP	48	Zoomlion
19	Frisian Flag	49	Wuling Motors
20	PT. Pegadaian	50	Carsome (Jual Beli Mobil)
21	FIF Group	51	Sriwijaya Expo
22	Joy Day	52	Otoritas Jasa Keuangan
23	Aroma Kudus	53	Bhayangkara

24	Link Aja!	54	UN Production
25	PT. BTN	55	Universitas Islam Negeri
26	Poltekkes Kemenkes	56	Bank Mandiri
27	Sign Production	57	Sewa Mobil – Ari (Pribadi)
28	Bank Rakyat Indonesia	58	Sewa Laptop – Agus (Pribadi)
29	By. U	59	Sewa Alat – Tio (Pribadi)
30	Link Aja! Syariah	60	Coventown

Sumber : CV.Bestar Sumatera (Reel Seven Organizer, 2023)

Berdasarkan tabel 1.2 bahwa jumlah pelanggan dari tahun 2019-2022 sebanyak 60 pengguna jasa CV.Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*). CV. Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*) telah melakukan upaya untuk meningkatkan promosi media sosial instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut, maka peneliti memberikan rumusan masalah yang akan diteliti:

1. Apa strategi promosi yang tepat untuk digunakan CV.Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*) ?
2. Bagaimana Manajemen SDM dalam mempromosikan jasa CV. Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*) ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyelesaian proposal penelitian ini, penulis membatasi ruang lingkup masalah agar penelitian yang akan dilakukan tidak meluas cakupannya sehingga nantinya akan menjadi lebih jelas dan terarah. Maka dari itu penulis memfokuskan pada Analisis Strategi Promosi Media Sosial Instagram Pada Perusahaan Jasa *Event Organizer* CV. Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*)

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi promosi media sosial instagram yang tepat untuk digunakan CV.Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*) ?

2. Untuk mengetahui Manajemen SDM dalam mempromosikan jasa CV. Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*) ?

1.5 Manfaat Penelitian

- 1) Penelitian ini diharapkan sebagai sarana ilmu pengetahuan dan wawasan tentang pemasaran strategi promosi media sosial instagram pada perusahaan jasa CV. Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*).
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan pertimbangan bagi pengelola CV. Bestar Sumatera (*Reel Seven Organizer*) dalam upaya peningkatan strategi promosi dan pemasaran .