

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang, teknologi semakin berkembang. Perkembangan teknologi ini berpengaruh pada berbagai aspek hidup manusia termasuk dunia bisnis. Oleh sebab itu, manusia tentu akan terus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman yang berlangsung agar tidak tertinggal dengan lajunya perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan.

Perkembangan teknologi mempengaruhi cara berbisnis manusia dengan menyediakan wadah atau tempat untuk mempermudah manusia menawarkan barang dan jasa secara digital atau *online*. Semula hanya bisa dilakukan secara langsung dan konvensional dengan mejajakan barang di toko, menjadi lebih mudah dengan cara yang bisa dilakukan secara digital atau *online*. Kini pemasaran lebih mengarah ke digital dan didukung dengan peralatan yang mumpuni, sehingga saat ini dunia bisnis dan pemasaran akrab dengan istilah pemasaran digital atau pemasaran *online* atau *digital marketing*.

Digital marketing memungkinkan para pelaku bisnis untuk dengan mudah memantau dan menyediakan semua kebutuhan dan keinginan calon konsumen. Di sisi lain, calon konsumen dapat dengan mudah mencari dan memperoleh informasi produk dengan *browsing* sosial media, sehingga dapat mempermudah proses pencarian. *Digital marketing* juga dapat menjangkau seluruh masyarakat dimanapun mereka berada tanpa ada batasan geografis dan waktu.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi pada era sekarang merubah cara individu berinteraksi dengan individu lainnya. *Internet* sudah menjadi sebuah patokan dunia digital baru yang menciptakan ruang kultural. Hal ini dianggap semakin nyata dengan adanya kehadiran media sosial. Adanya *internet* dan media sosial dapat mempermudah penggunaanya dalam mendapatkan kebutuhan, informasi hingga hiburan dari seluruh penjuru dunia tanpa terbatas oleh jarak dan waktu yang ada.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan dan disukai oleh banyak orang. Penggunanya sangat beragam, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Dari siswa hingga pebisnis. Media sosial yang berfokus pada *platform* foto dan video, menjadi semakin populer hingga dapat dibandingkan dengan Facebook dan Twitter. Banyak fitur menarik seperti akun *professional*, *direct message* (DM), *Live streaming*, *instagram story*, IGTV, *filter*, foto dan video. Pengguna Instagram di Indonesia sendiri hingga April 2023 meningkat sebesar 3,45% dari bulan sebelumnya yaitu dari 105,68 juta menjadi 109,33. Berikut tabel pengguna Instagram di Indonesia :



Gambar 1. 1 Data Pengguna Instagram di Indonesia
Sumber: Napoleon Cat, 2023

Instagram dapat menjadi media promosi dengan memanfaatkan semua fitur-fitur yang ada. Hal ini membuat banyak orang menjadikan instagram sebagai media komunikasi, ekspresi, kreasi, dan juga tempat berbisnis serta promosi untuk memperkenalkan produk yang dijual dan menarik pembeli dengan tujuan omzet yang di dapat meningkat.

Toko Rira Sport Palembang merupakan toko grosir dan eceran yang menjual pakaian dan sepatu. Pada era sekarang, Rira Sport Palembang masih berjualan langsung di toko. Tetapi untuk mempromosikan produk yang mereka jual, Toko Rira Sport Palembang sudah mencoba untuk mempromosikan melalui media sosial Instagram dengan akun @rirasportpalembang. Dalam hal ini mereka menggunakan media sosial instagram sebagai media promosi dan pengenalan produk baru yang tersedia di Toko.

Promosi yang dilakukan oleh Toko Rira Sport Palembang di instagram dimulai pada Juli 2018, promosi ini berfokus pada foto atau gambar dari produk, baik dalam bentuk postingan di beranda instagram ataupun melalui fitur *Instastory*. Hal ini dilakukan tentunya untuk menarik pembeli dan bertujuan untuk meningkatkan omzet yang didapat dari penjualan produk.

Promosi dari media sosial instagram ini membawa dampak yang positif bagi penjualan Toko Rira Sport Palembang. Namun, saat memasuki tahun 2021 sampai dengan 2022 peningkatan tersebut tidak terlalu terlihat dari penjualan biasa tanpa promosi. Hal ini menjadi suatu tanda suatu produk telah memasuki masa pendewasaan karena mulai pendapatan yang sudah tidak terlalu meningkat dan cenderung sama yaitu 60 juta per bulan. Oleh karena itu, dalam mempromosikan produk harus menemukan inovasi baru dan periklanan yang harus ditingkatkan agar tujuan untuk meningkatkan calon konsumen dari Toko Rira Sport Palembang. Penulis ingin mengetahui hal apa yang dapat menjadi inovasi baru yang dapat dilakukan oleh Toko Rira Sport Palembang. Untuk itu, penulis tertarik untuk membahas tentang “**Strategi Promosi Sosial Media Instagram Pada Toko Rira Sport Palembang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas, mengenai strategi promosi social media instagram pada Toko Rira Sport Palembang, maka penulis merumuskan masalah “Bagaimana penerapan strategi promosi media sosial instagram pada Toko Rira Sport Palembang?”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Penulis melakukan penelitian Laporan Akhir ini di Toko Rira Sport Palembang yang beralamatkan di Jl. Jaksa Agung R. Soeprpto No. 126-44, Kemang Manis, Kec. Ilir Barat I, Kota Palembang Mengenai Strategi Promosi Media Sosial Instagram.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menerapkan strategi promosi media sosial Instagram pada Toko Rira Sport Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penulisan laporan akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Hasil penelitian dapat menjadi sumber informasi, wawasan dan pengetahuan mengenai strategi promosi media instagram dalam meningkatkan calon konsumen.

2. Bagi perusahaan/instansi

Melalui penulisan laporan akhir ini diharapkan bisa menjadi masukan positif bagi Toko Rira Sport Palembang untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi Akademik

Melalui penulisan laporan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca mengenai strategi promosi yang dapat dijadikan referensi dan diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pihak yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab rumusan masalah adalah pendekatan kualitatif. penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain lain secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. (Moloeng, 2014)

1.5.2 Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data kualitatif yaitu yang berhubungan dengan kategori, karakteristik berwujud pertanyaan atau berupa data-data.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data primer adalah pengambilan data dengan cara pengamatan wawancara dan catatan lapangan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung oleh penulis dari hasil wawancara kepada pemilik Toko Rira Sport Palembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya (Harahap, 2013) Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku, jurnal dan hasil penelitian sebelumnya yang telah dipublikasikan yang ada kaitannya dengan strategi promosi dalam meningkatkan calon konsumen, tentang perusahaan dan lain-lain.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Pengamatan (Observasi)

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain

(Sugiyono, 2018). Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada Toko Rira Sport Palembang dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan laporan akhir ini.

2. Riset Lapangan (*Field Research*)

a. Wawancara

Menurut Sugiono, (2018:137) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. Dalam penelitian ini penulis langsung melakukan wawancara dengan pemilik Rira Sport Palembang, dimana penulis akan mengajukan beberapa pertanyaan terkait penjualan produk yang dipromosikan di instagram.

b. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2018) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu atau suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat digunakan untuk memperoleh data yang mendukung penelitian atau sebagai pelenkapan penelitian.

3. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah (Sugiyono, 2018). Penulis mencari bahan dengan membaca referensi yang berhubungan dengan strategi promosi di sosial media dalam meningkatkan omzet penjualan serta melakukan *browsing* di internet untuk menambah referensi yang berhubungan dengan penulisan laporan.

1.5.4 Pihak yang Berkompeten (*Key informant*)

Informan adalah seseorang yang tidak hanya dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian, tetapi juga mampu memberikan masukan tentang sumber bukti yang mendukung (Moloeng, 2014). Dalam penelitian laporan akhir ini penulis mendapatkan data dari pemilik langsung dari Toko Rira Sport Palembang.

1.5.5 Analisis Data

Penulis menggunakan data kualitatif dalam penulisan laporan ini. Menurut (Sugiyono, 2018) analisis data kualitatif adalah bersifat induktif yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis. Penulis melakukan pembahasan tentang bagaimana penerapan strategi promosi media social instagram pada Toko Rira Sport Palembang.