

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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 sosial adalah perkembangan dalam penyebaran informasi dan untuk mendapatkan informasi. Penyebaran informasi menjadi lebih berkembang, kemudahan dalam mendapatkan informasi dapat membuat informasi dapat tersebar dengan sangat cepat dan luas. Dalam penyebaran informasi juga tidak perlu memerlukan biaya yang cukup mahal dan juga ditambah dengan keunggulan yang dapat memberikan beberapa informasi ke tiap-tiap penggunanya. Para pengguna pun dengan sangat mudah mengakses informasi yang mereka butuhkan dan inginkan, inilah kelebihan menggunakan media sosial.

Pemasaran merupakan keseluruhan sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan barang maupun jasa, serta mendistribusikan barang dan jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Pemasaran mempunyai tujuan yaitu untuk mengenal dan memahami calon konsumen dengan sedemikian rupa sehingga produk yang dijual akan cocok sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam menghadapi persaingan antar pelaku usaha yaitu dengan cara melakukan promosi.

Promosi merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran yang bersifat penting pada sebuah usaha agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang dijual. Selain kegiatan pemasaran, kegiatan promosi juga sangat dibutuhkan dalam sebuah usaha untuk kemajuan usaha itu sendiri. Promosi dilakukan agar

produk yang dijual dapat dikenal oleh masyarakat. Dengan adanya kegiatan promosi pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan angka penjualan. Kegiatan promosi ini meliputi iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), penjualan perorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan informasi dari mulut ke mulut. Iklan (*advertising*) merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sering digunakan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan produk ataupun jasa yang ditawarkan.

Semakin berkembangnya zaman semakin pula perkembangan teknologi semakin meningkat, menuntut setiap individu maupun kelompok dapat mengikutinya. Salah satu perusahaan yang perlu melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa rental mobil CV Sriwijaya XI Palembang. Dengan adanya promosi melalui internet khususnya dengan media sosial media dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk yang ingin mereka beli karena tidak perlu tatap muka secara langsung. Perusahaan harus menginformasikan produk yang dijual kepada calon konsumen di usaha pemasaran dan mengkomunikasikan informasi tentang perusahaan dan produk-produk melalui program promosi. Tujuan promosi yaitu menyebarkan informasi suatu produk kepada calon konsumen yang potensial agar mendapatkan konsumen baru dan untuk menjaga loyalitas konsumen tersebut dan untuk menaikkan penjualan serta keuntungan.

CV Sriwijaya XI Palembang merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa yaitu persewaan mobil di Kota Palembang yang didirikan pada tahun 2008 dan mempunyai legalitas perusahaan sejak tahun 2018 yang memberikan solusi transportasi meliputi persewaan mobil maka dari itulah didirikannya CV Sriwijaya XI Palembang dengan harapan bisa memenuhi kebutuhan konsumen dalam segi transportasi. CV Sriwijaya XI Palembang ini juga mengutamakan kenyamanan penyewa kendaraan beserta keragaman kendaraan yang disewakan, mulai dari mobil berukuran kecil hingga mobil berukuran besar. Sejak tahun berdiri hingga saat ini berikut daftar mobil pada Rental CV Sriwijaya XI Palembang.

Tabel 1.1
Daftar Pertahun Mobil Rental Pada CV Sriwijaya XI Palembang

Tahun	Jenis Mobil	Jumlah Unit
2018	Mitsubishi All New Triton 4x4	10 Unit
	Toyota Hilux	1 Unit
	Toyota Innova Reborn	5 Unit
	Toyota Avanza	1 Unit
2019	Toyota Fortuner	3 Unit
	Mitsubishi All New Triton 4x4	5 Unit
2020	Toyota Avanza	2 Unit
	Daihatsu Xenia	2 Unit
	Mitsubishi Pajero Sport 4x4	3 Unit
2022	Mitsubishi All New Triton 4x4	14 Unit
	Mitsubishi Pajero Sport 4x4	6 Unit
Jumlah Unit Mobil		52 Unit

Sumber: CV Sriwijaya Palembang, 2023

Dari data Tabel 1.1 di atas terdapat 52 unit mobil milik perusahaan CV Sriwijaya XI Palembang sendiri yang dapat untuk disewakan kepada konsumen. Terdapat 39 unit mobil yang berukuran cabin besar dan 13 unit mobil berukuran cabin kecil. Dilihat dari daftar mobil diatas bahwa CV Sriwijaya XI Palembang dari tahun 2018 hingga sekarang selalu bertambah unit mobil untuk memenuhi permintaan dari konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan bagian Marketing (17 April 2023) bahwa selama ini yang menjadi konsumen CV Sriwijaya XI Palembang adalah penyewa dari konsumen perusahaan dan konsumen pribadi atau perorangan. Konsumen perusahaan yaitu konsumen dari perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan, batu bara, dan lain-lain yang biasanya menyewa untuk jangka panjang tiga sampai sepuluh tahun. Konsumen perorangan yang biasanya paling banyak menyewa pada saat hari-hari besar seperti hari raya Idul Fitri, Natal dan lain-lain, acara keluarga seperti pernikahan, dan berbagai event lainnya.

Pada tahun 2008 awal berdirinya CV Sriwijaya XI Palembang promosi yang dilakukan perusahaan sebelum menggunakan media sosial hanya berdasarkan promosi dari mulut ke mulut konsumen loyalitas perusahaan saja. Namun, pada tahun 2018 CV Sriwijaya XI Palembang mulai melakukan

promosi melalui media sosial, ada beberapa media sosial yang digunakan yaitu *Facebook*, *Instagram* dan *Whatsapp* untuk media sosial ini langsung dipegang oleh pemilik perusahaan. Dengan adanya memanfaatkan media sosial sebagai media promosi CV Sriwijaya XI Palembang mengalami peningkatan atau penambahan konsumen mencapai 10% hingga 20% setiap tahunnya. Sehingga perusahaan dalam menyebarluaskan perusahaan untuk menarik konsumen baru dengan jangkauan yang lebih luas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pada kesempatan kali ini penulis tertarik untuk menulis laporan akhir mengenai media promosi yang digunakan pada CV Sriwijaya XI Palembang dengan memanfaatkan media sosial. Oleh karena itu, maka penulis mengangkat judul **“Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada Rental Mobil CV Sriwijaya XI”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulisan laporan ini didapatkan perumusan masalah yaitu “Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi pada Rental Mobil CV Sriwijaya XI Palembang?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulis membatasi ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini dalam bidang promosi media sosial yang digunakan pada Rental Mobil CV Sriwijaya XI Palembang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pemanfaatan media sosial sebagai sarana media promosi pada CV Sriwijaya XI Palembang dan untuk menjaga agar penulisan dalam laporan akhir ini lebih tararah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial yang sudah ada sebagai sarana promosi pada Rental Mobil CV Sriwijaya XI Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, diantaranya:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta pemahaman antara teori dan apa yang didapatkan untuk dibidang pemasaran khususnya tentang konsep media sosial yang ada dapat digunakan untuk sarana promosi pada Rental Mobil CV Sriwijaya XI Palembang.

2. Bagi CV Sriwijaya XI Palembang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau saran bagi perusahaan menjadi tolak ukur dalam evaluasi untuk memahami mengenai manfaat media sosial sebagai media promosi yang digunakan pada Rental Mobil CV Sriwijaya XI Palembang.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi selanjutnya dan memberikan informasi serta pengetahuan kepada pihak akademi dan penulis untuk melakukan penelitian selanjutnya.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah keseluruhan cara atau kegiatan dalam suatu penelitian yang dimulai dari perumusan masalah sampai membuat suatu kesimpulan. Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode yang digunakan

untuk meneliti yang bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan mendalam dan dilakukan dengan mengumpulkan data sedalamnya-dalamnya. Data kualitatif adalah data hasil wawancara, data observasi yang dibedakan berdasarkan kategori, data komentar konsumen dan data lainnya yang tersajikan dalam tulisan. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana media promosi CV Sriwijaya XI Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang penulis gunakan adalah kualitatif. Menurut Sugiyono (2017: 9), menyatakan bahwa metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), data yang di peroleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitan kualitatif bersifat makna, memahami keunikan, mengkonstuksi fenomena, dan menemukan hipotesis. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017:193), menyatakan bahwa data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penulisan laporan akhir ini penulis mengumpulkan data primer yang dikumpulkan dan diolah sendiri dari objek yang diteliti. Penulis mendapatkan data primer melalui teknik wawancara kepada pemilik Rental Mobil CV Sriwijaya XI Palembang.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:402), menyatakan data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh penulis yang

digunakan untuk melengkapi kebutuhan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku-buku, jurnal, dan juga data yang langsung didapatkan dari Rental Mobil CV Sriwijaya XI Palembang berupa data mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi, dan struktur organisasi.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan, maka penulis menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Riset Lapangan

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengunjungi langsung tempat yang menjadi objek penelitian. Dalam hal ini penulis langsung datang mengatangi Rental Mobil CV Sriwijaya XI Palembang dengan menanyakan data-data yang di perlukan.

a. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) 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 penelitain ini penulis mengajukan wawancara atau tanya jawab langsung kepada pemilik usaha untuk memperoleh keterangan atau data yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini.

b. Observasi (Pengamatan)

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Dalam penelitian ini penulis juga menggunakan metode observasi (pengamatan) salah satu pengumpulan data yang dilakukan melalui pencatatan dan pengamatan terhadap Rental Mobil CV Sriwijaya XI Palembang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka

dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

2. Riset Kepustakaan

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari data-data atau informasi dan mempelajari sumber-sumber tertulis yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas seperti membaca, mempelajari serta mengutip kalimat dan pendapat para ahli dari buku-buku literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang ada. Selain itu juga dapat digunakan sebagai landasan teori yang digunakan sebagai pedoman dan evaluasi dalam penelitian ini.

1.5.4 Analisis Data

Analisis data yang dilakukan dan membandingkan data dengan teori yang ada, teori yang ada kemudian dibuat menggukankan analisis kualitatif yaitu peneliti akan mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada Rental Mobil CV Sriwijaya XI Palembang. Penulis menggunakan daftar pertanyaan berupa wawancara pada pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis bahas dalam laporan ini, yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan dalam penelitian.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan versi Miles dan Huberman (Sugiyono 2013: 337), bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya jenuh.

Aktifitas meliputi reduksi data (*data Reduction*), Penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*Verivication*).

a. Reduksi data (*Data reduction*)

Memproduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan hal-hal yang penting dicari tema dan pola nya serta

membuang yang tidak perlu dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan akan mempermudah dalam pengumpulan data selanjutnya.

b. Penyajian (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Penyajian data dalam penelitian ini peneliti memaparkan teks yang bersifat naratif dan dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun sehingga mudah dipahami.

c. Penarikan kesimpulan (*Verification*)

Langkah selanjutnya penarikan kesimpulan, kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang di kemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti valid dan konsisten saat penelitian kembali kelapangan dan megumpulkan data maka kesimpulan yang di kemukakan merupakan kesimpulan data yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah tetapi mungkin juga tidak karena dalam penelitian kualitatif rumusan masalah masih bersifat sementara akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.