

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia terdapat beragam jenis usaha perdagangan yang tengah berkembang di tengah masyarakat. Masyarakat Indonesia semakin tertarik untuk terlibat dalam dunia usaha karena mereka menyadari bahwa dengan membuka usaha sendiri, mereka dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar serta turut berperan dalam pertumbuhan ekonomi negara. Salah satu bentuk usaha yang sedang berkembang di masyarakat saat ini adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor jasa perawatan dan kecantikan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan aktivitas bisnis yang dapat meningkatkan lapangan pekerjaan, sehingga dapat mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran. Selain itu, UMKM memiliki peran yang signifikan dalam memperbaiki kondisi ekonomi di Indonesia seperti dapat peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Pemerintah pun berusaha aktif untuk mendukung pengembangan UMKM guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan memanfaatkan potensi UMKM secara maksimal, baik di tingkat nasional maupun di tingkat desa (Setiyani dkk., 2022).

Menurut [UMKMINDONESIA.ID](https://www.umkmindonesia.id), (2022) Peran UMKM sangat penting bagi perekonomian Indonesia, yaitu memberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar lebih dari 60% atau sekitar Rp 8.573 Triliun setiap tahunnya. Selain itu, UMKM juga 97% total tenaga kerja Indonesia atau 116 juta orang. Dikarenakan peran UMKM sangat krusial bagi perekonomian Indonesia, mengetahui berapa besar jumlah dan tingkat pertumbuhannya sangat penting. Sebagai entitas bisnis yang menopang perekonomian Indonesia, jumlah UMKM alami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022 jumlah UMKM yang sudah terdaftar di platform Online Single Submission (OSS) sudah mencapai 8,71 Juta unit. Kementerian

Koperasi dan UMKM juga akan menargetkan setidaknya ada 10 juta unit UMKM yang teregistrasi dalam sistem OSS di akhir tahun 2023. Data tersebut akan terus mengalami perubahan seiring dengan kenaikan jumlah UMKM yang mendaftar di OSS.

Agar berkembangnya suatu usaha diperlukannya promosi dan diperlukannya Google yang sesuai untuk mendukung proses pemasaran dari suatu usaha. Promosi penjualan saat ini semakin maju dan mudah dilakukan semenjak populernya *Google sites* di kalangan masyarakat. Saat ini dapat disebut era digital *Google sites* merupakan wadah yang populer untuk dimanfaatkan dalam mempromosikan sebuah produk atau jasa.

Google sites Saat ini mengalami perkembangan yang sangat luas di kalangan masyarakat. Masyarakat banyak menggunakan Akun *Google* dan Media social sebagai salah satu yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan orang lain yang memiliki jarak jauh. Salah satu *Websites* melalui *Google Sites* yang banyak menggunakan masyarakat ialah Akun *google* dan *media social*.

Google sites menyediakan Platform kolaborasi yang mudah digunakan untuk berbagai keperluan efektif dalam promosi karena ada beberapa alasan yang diterapkan ialah. Kemudahan penggunaan yang intuitif dan alat pengeditan yang sederhana memungkinkan tim promosi untuk membuat dan mengelola situs web promosi tanpa keahlian teknis yang dalam.

Menggunakan Integrasi dengan *Google Workspace* yang kuat dengan layanan *google* lainnya seperti *Google Drive, Docs, Sheet, dan calendar* memudahkan tim untuk menyertakan konten yang diperlukan ke dalam situs web promosi dan berkolaborasi secara real time. Fitur Kolaborasi real time memungkinkan beberapa anggota tim untuk mengedit situs secara bersamaan, memungkinkan pengambilan keputusan yang cepat dan responsif dalam mengantur dan memperbarui informasi promosi.

Penyesuaian yang luas *Google sites* menawarkan berbagai opsi penyesuaian termasuk tema, tata letak, warna, font, sehingga tim promosi dapat menyesuaikan situs web sesuai dengan identitas merek dan tujuan

promosi yang spesifik. Aksesibilitas Cross-Platform Situs web yang dibuat dengan *Google Sites* dapat diakses dari berbagai perangkat, memungkinkan audiens untuk mengakses informasi promosi dari mana saja dan kapan saja, baik itu melalui komputer desktop, laptop, tablet, atau ponsel pintar. Kontrol Akses Pemilik situs memiliki kontrol penuh atas tingkat akses untuk anggota tim, memastikan bahwa hanya orang-orang yang diizinkan yang dapat mengedit atau memperbarui konten promosi. *Hosting Gratis Google Sites* menawarkan hosting gratis, menjadikannya pilihan yang ekonomis untuk mempromosikan produk, layanan, atau acara tanpa mengorbankan kualitas. Dengan menggunakan *Google Sites* untuk kolaborasi dalam proyek promosi, tim dapat bekerja secara efisien, responsif, dan terorganisir dalam menyampaikan pesan promosi kepada audiens target.

Menurut Ferismayanti.(2021) *Google Sites* memiliki beberapa kelebihan seperti, 1) Mudah digunakan oleh pemula karena tidak perlu memakai bahasa pemrograman, 2) Dapat digunakan secara gratis, 3) *Google* dapat diakses melalui berbagai perangkat yang tersambung internet, seperti smartphone, laptop, personal computer, ataupun tablet; 4) Disimpan dalam domain *Google.com*. Sehingga mesin pencarian mudah mengindeks halaman-halaman web yang sudah dipasang; 6) Tersedia 100 MB penyimpanan gratis; 7) *Google Trends* memiliki layanan dari *Google* yang memungkinkan pengguna untuk memonitor seberapa sering kata kunci dicari di *Google* dari waktu ke waktu dan di lokasi tertentu. Ini membantu dalam menganalisis tren pencarian dan minat pengguna secara menyeluruh. Fiturnya mencakup grafik tren waktu, perbandingan kata kunci, pemetaan geografis, pencarian terkait, data demografis, dan juga mencakup pencarian di *YouTube*. Melalui *Google Trends*, pengguna dapat memperoleh pemahaman yang mendalam tentang perilaku pengguna, tren pasar, dan minat audiens, yang berperan penting dalam perencanaan strategi pemasaran dan pengambilan keputusan bisnis.

Di Salon Jenny dan Shifa Wedding Organizer, akun media sosial sudah cukup berkembang, terutama di Facebook dan Instagram. Facebook memiliki 4.492 teman dan 382 pengikut, sementara Instagram memiliki 1.097 pengikut.

Meskipun memiliki ribuan pengikut di kedua platform tersebut, kami tetap melihat beberapa keuntungan dalam menggunakan *Google Sites* untuk promosi. *Google Sites* memiliki kendali penuh atas konten dan tampilan situs promosi. Ini berarti dapat mengatur informasi dengan lebih mendalam dari pada hanya mengandalkan posting singkat di media sosial.

Selain itu, *Google Sites* memiliki potensi untuk menarik lebih banyak lalu lintas organik melalui mesin pencari seperti Google. dengan mengoptimalkan situs dengan kata kunci yang relevan, selain itu dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Kemudian, juga memiliki fleksibilitas dalam memperbarui dan mengubah konten promosi kami tanpa terbatas oleh algoritma atau batasan platform media sosial. Terakhir, dengan menggunakan *Google Sites* memiliki diversifikasi dan kontrol atas saluran promosi Ini mengurangi risiko tergantung pada satu platform tertentu dan memberi suatu kemungkinan untuk mencapai audiens yang lebih luas melalui mesin pencarian Google. dapat memanfaatkan *Google Sites* sebagai tambahan dalam strategi promosi, selain itu dapat memberikan fleksibilitas, kontrol, dan peluang lebih besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 1.1 Salon Jenny Dan Shifa Wedding Organizer
Sumber: Salon Jenny dan shifa wedding organizer, 2024.

Pada Salon Jenny dan Shifa *wedding organizer* menyediakan berbagai jasa atau layanan yaitu tata rias pengantin, pelaminan Eropa atau rustik, tenda, panggung, taman panggung, musik, *photo, shooting prewedding, Fotografer* potong rambut, *rebonding, smoothing, creambath*, dan organ tunggal.

Penggunaan *Google Sites* yang belum tepat pada Salon Jenny dan Shifa *wedding organizer* akan menimbulkan masalah diantaranya promosi yang dilakukan tidak maksimal dan konsumen sulit mencari informasi tentang layanan yang di sediakan. Salon Jenny dan Shifa *wedding organizer* juga belum menyediakan *Web sites* resmi sebagai media promosi untuk memperkenalkan layanan yang disediakan serta mempengaruhi dan membujuk konsumen agar tertarik hingga ingin menggunakan layanan yang disediakan oleh Salon Jenny dan Shifa *wedding organizer*. Berikut pendapatan dari layanan Salon Jenny dan Shifa *wedding organizer* dalam 5 tahun terakhir.

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Salon Jenny dan Shifa Wedding Organizer

No	Tahun	Jumlah (Orang)	
		Salon Jenny	Wedding Organizer
1	2019	105	18
2	2020	25	-
3	2021	35	-
4	2022	75	10
5	2023	95	13
Total		335	41

Sumber: Salon Jenny, 2024.

Berdasarkan tabel 1.1 dan 1.2 di atas menunjukkan jumlah data penjualan Salon Jenny mengalami fluktuasi karena pendapatan Salon Jenny selama 5 tahun terakhir tidak stabil. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan melebihi target. Sedangkan pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan dratis dan tidak mencapai target dikarenakan Pandemi Covid-19. Pada 2023 hampir sedikit lagi mencapai target salon. Sedangkan target salon Jenny dalam satu tahun mempunyai target 100 Orang Pengunjung atau yang perawatan ke salon jenny.

Selain itu, Jumlah data pengunjung sewa jasa *Wedding Organizer* (WO) mengalami fluktuasi karena pendapatan *Wedding Organizer* (WO) selama 5 tahun terakhir tidak stabil. Pada tahun 2019 hampir saja mencapai target sedangkan target *Wedding Organizer* (WO) dalam satu tahun 24 pasang pengantin memakai jasanya. Pada 2020-2021 mengalami penurunan dratis dan tidak mencapai target sama sekali. Pada 2022-2023 ada beberapa yang memakai jasa *Wedding Organizer* (WO) dari target 24 pasang pengantin sedangkan yang makai *Wedding Organizer* (WO) 10-13 orang pada tahun 2022-2023.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dimas selaku pemilik Jenny Salon dan Shifa Wedding Organizer, didapatkan informasi bahwa mereka melakukan promosi menggunakan media sosial facebook dan instagram. Serta para pelanggan mengetahui informasi tentang Salon Jenny dan Wedding Organizer dari mulut ke mulut saja. Sehingga masih banyak orang yang belum mengetahui jasa yang ditawarkan oleh Jenny Salon dan Wedding Organizer ini. Oleh karena itu, untuk mengembangkan promosi usaha ini agar dapat mencapai target penjualan maka perlu adanya perancangan google sites.

Oleh karena itu, penulis merancang *google sites* untuk Jenny Salon dan *Wedding Organizer* guna meningkatkan kegiatan promosi. Hal ini dilakukan karena jumlah pengunjung ke salon dan *wedding organizer* yang baru ingin ditingkatkan, mengingat sebelumnya sempat menurun akibat pandemi covid-19. Penulis memilih Jenny Salon dan *Wedding Organizer* karena memiliki keunikan, yaitu mengelola dua usaha dalam satu lokasi dengan satu pemilik.

Kegiatan promosi melalui *Google site* akan membuat lebih maksimal karena jangkauannya luas dan hampir tidak terbatas baik itu dimesin pencarian *google*. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap “**Perancangan Google Sites Jenny Salon dan Shifa Wedding Organizer**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditarik kesimpulan yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Merancang *Google Sites* Jenny Salon Dan Shifa *Wedding Organizer*”**.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Pembahasan ini dibatasi dengan tujuan dapat memberikan informasi yang benar dan tepat sasaran. Ruang lingkup yang akan diuraikan adalah mengenai Perancangan *Google Sites* Promosi Jasa Jenny Salon dan *Wedding Organizer*. Terutama UMKM dalam bentuk promosi gambar *statis*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan rancangan melalui *Google Sites* promosi Jenny Salon dan Shifa *Wedding Organizer*.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan mengenai strategi promosi dalam memasarkan suatu usaha.

2. Bagi Perusahaan

Dapat menambah bahan masukan bagi Salon Jenny dan Shifa *Wedding Organizer* di Pangkalan Balai Banyuasin 3 untuk meningkatkan strategi pemasaran Salon Jenny dan Shifa *Wedding Organizer*.

3. Bagi Akademisi

Perancangan ini bermanfaat dalam menambah pengetahuan dan dapat dijadikan acuan untuk perancangan selanjutnya.

1.5 METODOLOGI PENELITIAN

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini akan dilakukan di Salon Jenny Dan Shifa *Wedding Organizer* yang beralamat di Jalan KH. Sulaiman, RT 11/RW 03, Kedondong Raye, Banyuasin 3, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan, 30753.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Jenis sumber data yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah informasi mentah yang belum melalui proses pengolahan dan dikumpulkan secara spesifik untuk keperluan penelitian oleh peneliti yang terlibat (Fauzi dkk., 2019). Data primer yang akan digunakan dalam penelitian ini akan diperoleh melalui wawancara, Semi-kestuktur kepada Owner Salon Jenny Dan Shifa *Wedding Organizer*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil bukan langsung dari sumbernya tetapi melalui berbagai sumber kredibel yang sebelumnya telah memuat informasi tentang data tersebut (Indrasari, 2020). Data sekunder yang akan digunakan oleh penulis akan diperoleh dari berbagai referensi seperti jurnal, buku, foto-foto, atau pihak lain yang telah mempublikasikan informasi yang relevan dengan laporan ini.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan secara langsung kepada narasumber dengan tujuan untuk memverifikasi kebenaran informasi yang telah diperoleh sebelumnya. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan

memberikan sejumlah pertanyaan kepada pelaku usaha di Salon Jenny dan Shifa *wedding organizer*, dan pelanggan dengan menggunakan bahasa Indonesia.

2. Metode Studi Kepustakaan

Metode studi kepustakaan merupakan salah satu jenis metode penelitian kualitatif di mana lokasi atau tempat penelitiannya adalah di perpustakaan, dokumen, arsip, dan sumber informasi lainnya, dengan kata lain, dalam metode penelitian ini tidak memerlukan peneliti untuk turun langsung ke lapangan dan mengamati fakta secara langsung sebagaimana adanya. Studi kepustakaan dalam penelitian ini dilakukan dengan mencari literatur terdahulu seperti buku, artikel, foto-foto dan video, serta sumber internet.

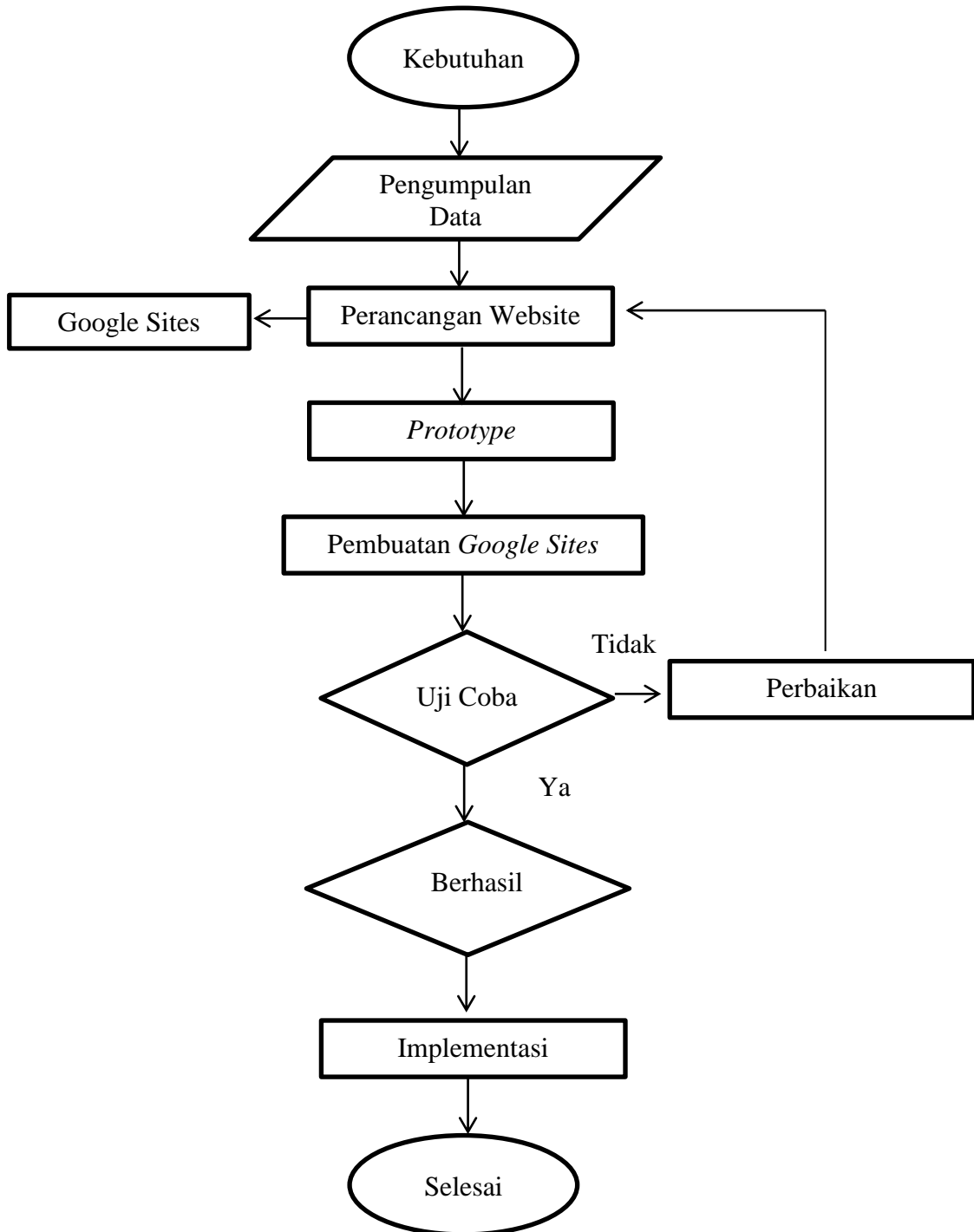
1.5.4 Teknik Analisis Data

Menurut Noor (2022), teknik analisis data melibatkan penelitian kembali terhadap data yang telah dikumpulkan dan cara untuk menginterpretasikannya. Penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif.

1.5.4.1 Analisis Deskriptif Kualitatif

Menurut Marshall dan Rossman (2016), teknik analisis deskriptif kualitatif adalah analisis yang melibatkan proses yang berkelanjutan dari pengumpulan data, pengorganisasian, penyajian, hingga interpretasi data untuk memahami fenomena yang diteliti. Analisis ini dilakukan terhadap data-data yang diperoleh mengenai layanan dan strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan layanan dari Jenny Salon Shifa *Wedding Organizer* Di Pangkalan Balai Banyuasin 3. Tujuannya adalah agar data tersebut dapat dihubungkan dengan sumber-sumber data lain yang relevan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini.

1.6 Rancangan Google Sites



Gambar 1.2 Flowchart Perancangan Google Sites

Sumber: Data Olahan, 2024.