

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi saat ini terus berkembang, dan para pengusaha menggunakannya untuk memasarkan produk mereka. Dengan demikian, persaingan yang sangat ketat juga muncul secara tidak langsung pengusaha harus mempromosikan produk yang tepat agar dapat dikenal luas di kalangan masyarakat karena banyaknya potensi bisnis yang ada dalam produk. Promosi ini dilakukan melalui media sosial, yang dapat memudahkan pelanggan mendapatkan informasi. Media sosial adalah salah satu strategi marketing sosial Internet yang paling efektif yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan barang dan jasa mereka kepada pelanggan. (Indita Dewi Aryani, Dita Murtiariyati, 2022:467)

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Kegiatan promosi tidak hanya sebatas alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, namun merupakan alat yang dapat memengaruhi konsumen saat terjadinya kegiatan pembelian atau dalam menggunakan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, hal ini ditunjang dengan menggunakan alat-alat promosi. (Laksana, 2019:129)

Media sosial ini menjadi sangat populer karena memberikan kemudahan-kemudahan dalam melakukan komunikasi. Media sosial yang paling populer digunakan baik anak-anak maupun dewasa antara lain, Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, YouTube dan masih banyak lagi., aplikasi media sosial ini juga memiliki peranan yang sangat penting terutama dalam penyebaran informasi dan promosi. Hal ini dikarenakan menyebarkan informasi dan promosi melalui aplikasi media sosial sangatlah mudah. (Widya Cipta, 2018:91)

Salah satu media sosial yang dikenal oleh generasi milenial adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi khusus berbagi foto dengan fungsinya untuk mengunggah foto (upload), mengambil foto (download), mengedit foto, menambahkan filter digital foto (efek foto), memberi komentar pada foto, memberi judul foto, memberi lokasi foto, memberi tanda like pada foto, dan membagikan foto ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya. Ada beberapa fitur yang terdapat di aplikasi instagram, yaitu: Pengikut (Followers), Mengunggah foto (Share), Judul Foto (Caption), Mention/Arroba, Hashtag, Geotag/Lokasi, Tanda Suka (Like/Love), dan Komentar (Miranda, 2017:685). Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan pada saat ini, karna eksistensi instagram bisa dijadikan sarana dalam mempromosikan salah satunya bisnis yang menggunakan instagram sebagai media promosinya adalah bisnis dekorasi.

Pemilihan jasa dekorasi acara pada saat ini sangat digandrungi oleh masyarakat terutama pasangan muda yang ingin membuat acara pernikahan karena sebagai wadah penunjang untuk terwujudnya pernikahan yang diimpikan. Dekorasi memiliki peranan penting dalam acara pesta pernikahan karena tanpa adanya dekorasi maka acara yang dilakukan tersebut tidak akan hidup karena tidak tercipta nuansa yang membuat acara tersebut berbeda dibandingkan acara biasanya. Pada zaman sekarang ini konsumen tidak hanya menganggap dekorasi sebagai salah satu media untuk memperindah atau menciptakan nuansa yang hidup dalam suatu acara.

Intan Wedding merupakan salah satu bisnis dibidang jasa, yang memiliki layanan utama dibidang dekorasi pelaminan. Selain itu Intan Wedding juga menyediakan pelayanan seperti Make up pengantin, dekorasi pernikahan, pertunangan, aqiqah, khitanan, dan lain-lain. Intan Wedding Di dirikan oleh Nuning dan suami pada tahun 2016. Bertempat di Jl. Ki Marogan No.17 Kertapati Palembang sebagai pusat operasionalnya. Nama dari Intan Wedding ini berasal dari pemilik usaha yang sangat

menyukai perhiasan seperti intan maka dari itu pemilik usaha memberikan nama usahanya “Intan Wedding”.

Intan Wedding mengutamakan kualitas barang dan pelayanan jasanya. Hal ini terlihat dari beberapa inovasi yang dilakukan dari barang yang menjadi perlengkapan usahanya yang diganti setiap beberapa bulan sekali. Selain itu untuk tetap mempertahankan kualitas pelayanannya Intan Wedding memberikan harga yang murah dan berupaya memberikan pelayanan jasa yang memuaskan dengan harga perpaket yang berbeda-beda sesuai yang telah ditentukan.

Intan Wedding selama ini masih menggunakan media sosial untuk mempromosikan jasa mereka, Media sosial yang digunakan yaitu aplikasi Facebook dan Instagram dengan nama Sanggar\_Intan yang mempunyai 5621 followers, hal ini menjadi pendukung dalam media promosi penjualan dengan siklus postingan yang kurun waktunya aktif

Intan Wedding juga memfokuskan dalam promosi di instastory. Diantara kelebihan yang dimiliki oleh instagram yang banyak membuat orang tertarik dalam mempromosikan produk maupun jasa melalui media social ini adalah instagram memilih jumlah pengguna yang tinggi yang menyebar di seluruh dunia. Berikut tabel data usaha dekorasi di Palembang.

**Tabel 1.1**  
**Data Usaha Dekorasi di Palembang**

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>
<b>1.</b>	<b>2021</b>	<b>47</b>
<b>2.</b>	<b>2022</b>	<b>53</b>
<b>3.</b>	<b>2023</b>	<b>60</b>

Sumber: Data primer diolah ,2024

Dapat dilihat berdasarkan tabel data usaha dekorasi diatas, bahwa setiap tahunnya mengalami peningkatan dimana di zaman sekarang anak-anak remaja lebih penasaran dengan berbagai jenis dekorasi. dekorasi mengalami

peningkatan karena banyaknya peminat pada tahun sebelumnya sehingga membuat banyaknya yang membuka usaha dekorasi hal ini menyebabkan berkurangnya peminat terhadap dekorasi karena banyaknya pesaing yang telah membuka usaha dekorasi tersebut. Berikut Gambar 1.1 Pengikut Pada Instagram.



Gambar 1.1 Pengikut Pada Instagram  
*Sumber: Data Primer Diolah, 2024*

Dapat dilihat berdasarkan Gambar 1.1 diatas bahwa dalam periode 13 Maret 2024 hingga 12 Juni 2024 selama 3 bulan, jumlah pengikut menurun sebesar 2,5% menjadi 7.451 (berkurang 52 pengikut) dengan total berhenti mengikuti sebanyak 92 dan total mengikuti sebanyak 39 selama periode tersebut. Berikut Gambar 1.2 akun yang dijangkau pada instagram.



Gambar 1.2 Akun yang dijangkau Pada Instagram  
*Sumber: Data Primer Diolah, 2024*

Dapat dilihat berdasarkan Gambar 1.2 diatas bahwa terjadinya penurunan pada akun yang dijangkau sebesar -33 % (menurun 165) atau hanya 165 kunjungan, penurunan ini dilakukan karena tidak adanya konsistensi pada aktivitas seperti memposting produk atau interaksi

dengan pengunjung instagram. Berikut Gambar 1.3 impresi atau perkiraan jangkauan pada instagram.



Gambar 1.3 Impresi atau Perkiraan Jangkauan Pada Instagram  
*Sumber: Data Primer Diolah, 2024*

Dapat dilihat berdasarkan Gambar 1.3 diatas bahwa penurunan impresi atau perkiraan jangkauan yang dicapai mengalami penurunan sebesar 14,2% (menurun 165 jangkauan) dengan jumlah 495 jangkauan. Hal ini menyebabkan sedikitnya jumlah orang yang melihat produk yang di posting pada instagram akibat terjadinya penurunan pada impresi tersebut. Berikut gambar 1.4 akun yang berinteraksi pada instagram.



Gambar 1.4 Akun yang berinteraksi pada Instagram  
*Sumber: Data Primer Diolah, 2024*

Dapat dilihat berdasarkan Gambar 1.4 diatas bahwa akun yang berinteraksi pengunjung terhadap instagram menurun sebesar 25,1% (menurun 6 pengunjung) dengan jumlah 23 interaksi. Diakibatkan karena kurangnya interaksi dengan pengikut dimana keterbatasan waktu dalam

mengelola instagram. Berikut Gambar 1.5 Komentar Pada Postingan Instagram.



Gambar 1.5 Komentar Postingan Instagram  
*Sumber: Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan Gambar 1.5 diatas bahwa komentar dari konsumen menunjukkan bahwa instagram tidak dikelola dengan baik dalam menjawab pertanyaan konsumen. Sehingga pengikut instagram merasa kesulitan untuk mendapatkan informasi lengkap terkait paket yang ditawarkan dan proses pemesanan.

Salah satu yang perlu dilakukan yaitu dengan memperkenalkan Intan Wedding kepada masyarakat luar, dimana kualitas jasa Intan Wedding lebih unggul dari jasa dekorasi lainnya dengan cara mempromosikan menggunakan aplikasi Instagram sebagai media promosi untuk memasarkan jasanya dan dengan menggunakan *website* sebagai media informasi tentang Intan Wedding.

Dengan menggunakan *website* sendiri dapat menambah media promosi untuk meningkatkan minat beli pelanggan yang kuat dan memiliki jangkauan waktu dan ruang yang tak terbatas dengan memberikan informasi lengkap dan detail tentang bisnis dengan menampilkan foto produk sehingga produk yang terjual dapat diproses dengan sangat mudah.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut, maka judul Laporan Akhir ini **“PERANCANGAN WEBSITE BERBASIS MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) SEBAGAI MEDIA PROMOSI PENJUALAN PADA USAHA DEKORASI INTAN WEDDING PALEMBANG ”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah yaitu “Bagaimana Merancang Website Berbasis Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Promosi Penjualan Pada Usaha Dekorasi Intan Wedding”

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah merancang sebuah *website* berbasis media sosial (instagram) sebagai media promosi penjualan untuk Intan Wedding. *Website* ini akan menyediakan informasi tentang harga, paket dekorasi, testimoni, dan cara pemesanan yang ditawarkan oleh Intan Wedding, dengan memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mendapatkan informasi terkait produk yang disediakan.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Adapaun manfaat dari penulisan laporan akhir ini sebagai berikut:

#### 1. Bagi Penulis

Dapat memberikan rancangan *website* berbasis media sosial instagram sebagai media promosi penjualan untuk meningkatkan minat beli pada usaha Intan wedding.

#### 2. Bagi Pemilik Usaha

Dapat mempermudah dalam melakukan promosi penjualan menggunakan media sosial.

#### c. Bagi Pihak Lain

Dapat digunakan sebagai bahan referensi kepustakaan bagi pembaca yang akan mengkaji ulang penelitian yang berkaitan dengan perancangan promosi penjualan.

## **1.4 Metode Penelitian**

### **1.4.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha dekorasi Intan Wedding yang beralamat di Jl. Ki Marogan No.17 Kertapati Kecamatan Kertapati Palembang. Penelitian ini hanya mencakup usaha Intan Wedding dalam melakukan penelitian. Penulis membatasi permasalahan agar penelitian ini dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada.

### **1.4.2 Jenis dan Sumber Data**

Data yang diperoleh dalam penulisan laporan akhir ini adalah:

#### **1. Data Primer**

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan yaitu pada Intan Wedding. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informasi mengenai topik penelitian sebagai data primer. (Sugiyono, 2018:213)

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang digunakan untuk menunjang data primer. Sumber data ini tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, harus melalui orang lain dan dokumen terlebih dahulu. Berdasarkan paparan di atas maka sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa bahan tertulis atau bahan perpustakaan, yakni buku, artikel, literatur, jurnal ilmiah, dan terbitan ilmiah yang membahas masalah yang relevan dengan penelitian ini. (Sugiyono, 2018:213)

### **1.4.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

#### **1. Pengamatan (Observasi)**

Observasi adalah kondisi dimana dilakukannya pengamatan secara langsung oleh peneliti agar lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial sehingga dapat diperoleh pandangan yang holistik menyeluruh. (Sugiyono, 2020:109)

#### **2. Wawancara**

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi terstruktur. tujuan dari wawancara semi terstruktur adalah untuk mengidentifikasi masalah secara lebih terbuka, memungkinkan responden untuk menyampaikan pendapat dan gagasan mereka. Karena wawancara semi terstruktur adalah wawancara bebas, peneliti tidak merencanakan untuk menggunakan pedoman wawancara yang sistematis; namun, peneliti tetap menggunakan pedoman tersebut sebagai pengingat tentang pertanyaan apa yang akan ditanyakan. (Sugiyono, 2020: 233),

#### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan pengumpulan dari catatan peristiwa yang sudah berlaku baik berbentuk tulisan, gambar/foto atau karya-karya monumental dari seseorang/instansi. (Sugiyono, 2020:124)

### **1.4.4 Teknik Analisis Data**

#### **1. Teknik Analisis Kualitatif**

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada kebenarannya, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Teknik pengumpulan data menggunakan data referensi dari buku-buku dan digunakan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang sedang dibahas sehingga dapat

diambil kesimpulan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. (Sugiyono, 2013:9)

Pada tahap awal perancangan penulis terlebih dahulu melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode pengumpulan data, lalu penulis memahami dan menganalisis permasalahan yang dihadapi Intan Wedding.

Setelah penulis memahami dan menganalisis permasalahan yang ada penulis kemudian membuat Flowchart promosi penjualan sebagai alat bantu saat perancangan. Tahap selanjutnya penulis melakukan pembuatan promosi penjualan menggunakan media sosial Instagram dan *website* sebagai media promosi Intan Wedding

Tahap akhir melakukan pembahasan secara kualitatif yaitu menjelaskan penggunaan media sosial Instagram dan *website* sebagai media promosi yang diharapkan dapat menjadi masukan dan Intan Wedding.

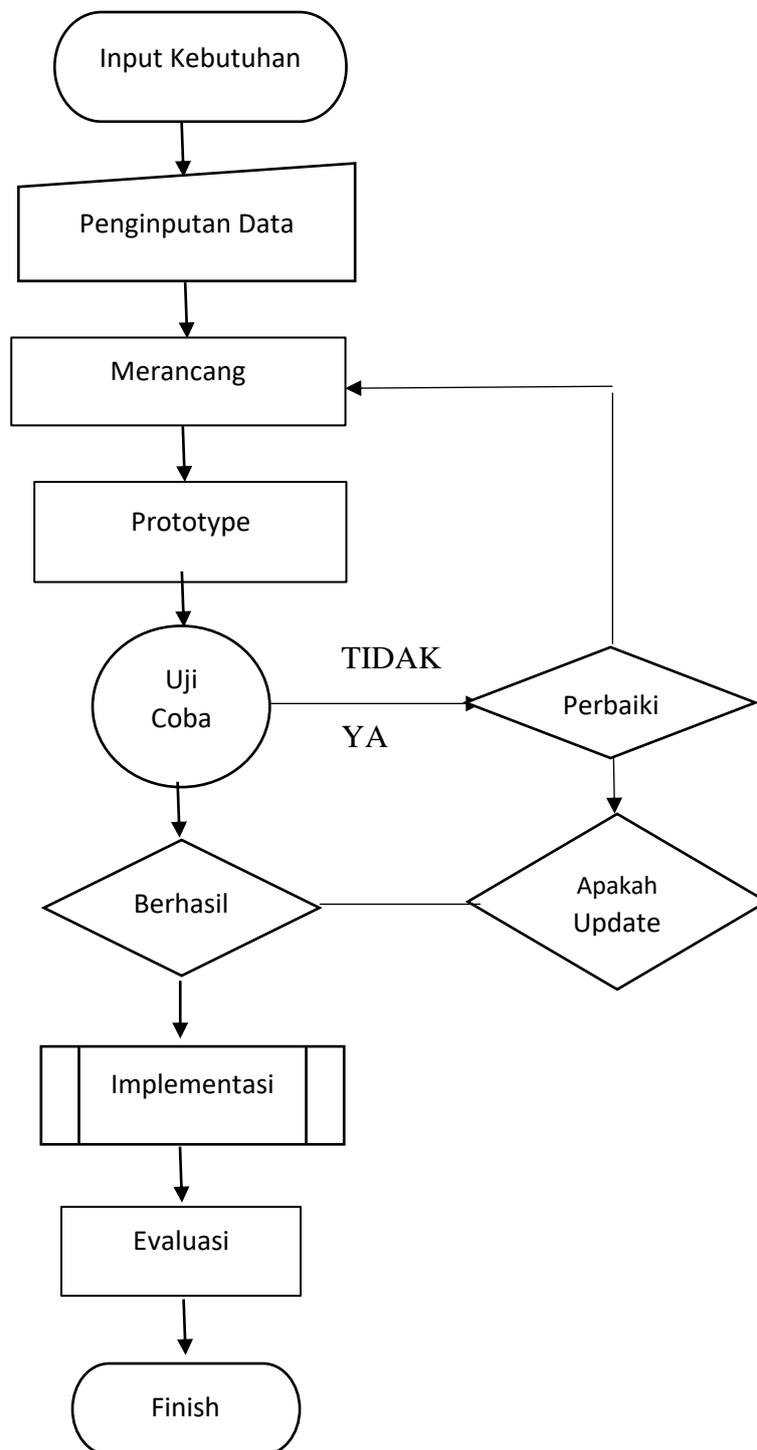
## 2. Perancangan

Perancangan merupakan penentuan proses dan data yang diperlukan oleh sistem baru. Manfaat tahap perancangan sistem ini memberikan gambaran rancangan bangun yang lengkap sebagai pedoman bagi programmer dalam mengembangkan aplikasi. Sesuai dengan komponen sistem yang dikomputerisasikan, maka yang harus didesain dalam tahap ini mencakup hardware atau software, database dan aplikasi.

Diagram kerangka pemikiran alur yang akan dipakai dalam proses perancangan media sosial Instagram dan *website* sebagai media promosi. Berikut ini adalah alur rancangan yang akan digunakan penulis dalam merancang promosi penjualan berbasis *website*.

### a. Alur Perancangan Promosi Penjualan Berbasis *Website*

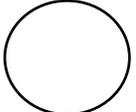
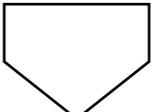
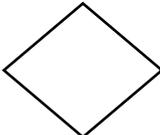
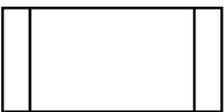
Berikut ini adalah alur rancangan yang akan digunakan penulis dalam merancang promosi penjualan berbasis *website*.



**Gambar 1.6 Alur Perancangan Promosi Penjualan**

*Sumber: Data primer diolah ,2024*

**Tabel 1.7**  
**Simbol-Simbol *Flowchart***

NO	SIMBOL	KETERANGAN
1		Simbol arus/flow, berfungsi untuk menyatakan jalannya arus suatu proses
2		Simbol connector, berfungsi untuk menyatakan sambungan dari proses ke proses lainnya dalam halaman yang sama
3		Simbol offline connector, berfungsi untuk menyatakan sambungan dari proses ke proses lainnya dalam halaman yang berbeda
4		Simbol process, berfungsi untuk menyatakan suatu tindakan (proses) yang tidak dilakukan oleh komputer
5		Simbol manual, berfungsi untuk menyatakan suatu tindakan (proses) yang tidak dilakukan oleh komputer
6		Simbol decision, berfungsi untuk menunjukkan suatu kondisi tertentu yang akan menghasilkan dua kemungkinan jawaban: ya/tidak
7		Simbol input/output, menyatakan proses input atau output tanpa tergantung jenis peralatannya
8		Simbol document, mencetak keluaran dalam bentuk dokumen (memulai printer)
9.		<b>Simbol Annotation/Comment</b> , Menunjukkan informasi tambahan mengenai langkah dalam suatu proses.
10		<b>Terminal</b> , Menunjukkan awal atau akhir diagram alur

Sumber: Infomatikalogi, 2024