

# BAB I PENDAHULUAN

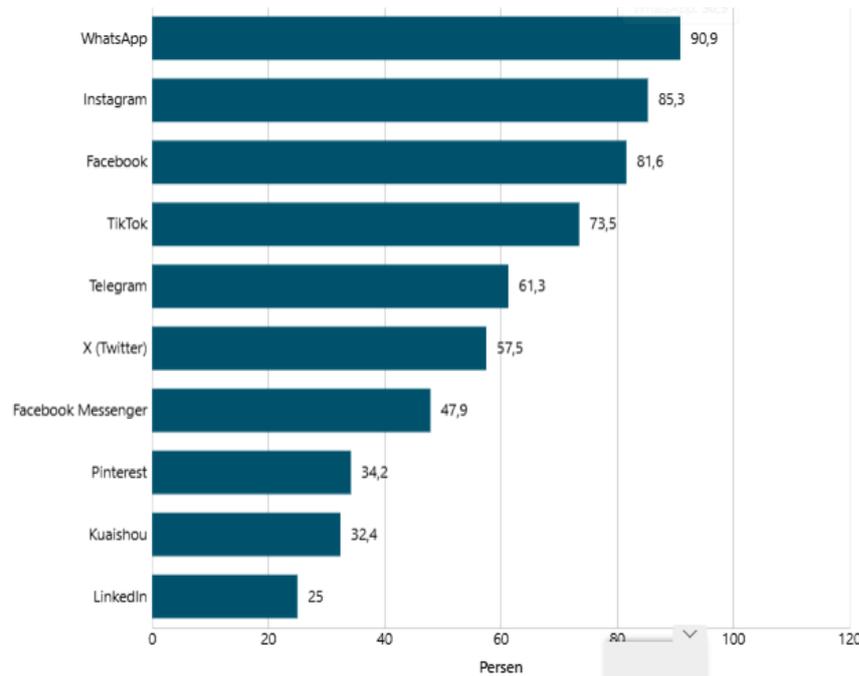
## 1.1 Latar Belakang

Pengembangan kerajinan anyaman telah menjadi salah satu potensi ekonomi yang penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama di daerah-daerah yang kaya akan sumber daya alamnya. Salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam kerajinan anyaman adalah Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang. Kecamatan ini dikenal dengan kampung anyamannya yang menghasilkan berbagai produk anyaman yang unik dan berkualitas tinggi.

Promosi penjualan menjadi salah satu aspek penting dalam mengembangkan industri kerajinan anyaman di Kecamatan Seberang Ulu I. Promosi merupakan salah satu aspek dalam bidang pemasaran yang melibatkan komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen, dengan tujuan untuk memberikan informasi, mendorong, dan memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan (Syahputra, 2019:83).

Salah satu strategi promosi yang potensial untuk dikembangkan adalah penggunaan media sosial. Media Sosial merupakan *platform* di mana orang-orang berkumpul, saling berbagi informasi, dan berinteraksi secara daring atau *online* (Riki dkk., 2023:100). Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, termasuk dalam hal berbelanja dan mencari informasi produk.

Tentunya, media sosial menawarkan berbagai *platform* yang dapat dijadikan sarana untuk melakukan promosi penjualan, seperti Instagram untuk berbagi gambar dan cerita, Facebook sebagai pusat interaksi komunitas, Twitter untuk berbagi pemikiran singkat, Youtube sebagai *platform* video, dan masih banyak lagi. Dengan strategi pemasaran yang efektif, perusahaan dapat memastikan memperoleh keuntungan optimal dan sebaliknya, jika strategi pemasaran kurang efektif, ini akan berdampak pada penurunan pendapatan perusahaan (Wawolumaya dkk., 2022:135).



**Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Media Sosial**

Sumber: Databoks katadata, 2024

Dari data yang disajikan, dapat dilihat bahwa media sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam mempromosikan berbagai produk di Indonesia. WhatsApp, sebagai aplikasi media sosial paling populer dengan 90,9% pengguna, menawarkan *platform* yang luas bagi bisnis untuk menjangkau konsumen. Dengan banyaknya pengguna yang aktif, Instagram dengan 85,3% pengguna dan Facebook dengan 81,6% pengguna juga menjadi tempat yang strategis bagi perusahaan untuk memasarkan produk mereka. *Platform-platform* ini tidak hanya memungkinkan perusahaan untuk beriklan, tetapi juga untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, memperkuat hubungan dan membangun loyalitas merek.

Selain itu, TikTok dengan 73,5% pengguna, Telegram dengan 61,3% pengguna, dan Twitter dengan 57,5% pengguna menawarkan peluang unik untuk promosi melalui konten kreatif. Facebook Messenger dan Pinterest, meskipun memiliki persentase pengguna yang lebih rendah masing-masing 47,9% dan 34,2%, tetap menjadi *platform* penting dalam strategi pemasaran digital. Kuaishou dengan 32,4% pengguna dan LinkedIn dengan 25%

pengguna juga menawarkan segmen pasar khusus yang dapat dimanfaatkan oleh bisnis untuk mempromosikan produk dan jasa mereka. Dengan memanfaatkan berbagai *platform* media sosial ini, perusahaan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, meningkatkan visibilitas dan potensi penjualan produk mereka.

Kampung wisata anyaman yang terletak di Seberang Ulu I memiliki keunggulan tersendiri dalam bahan baku yang digunakan, yaitu nipah. Nipah tidak hanya digunakan sebagai bahan anyaman, tetapi juga memiliki nilai ekonomi lain seperti dijadikan sebagai bahan rokok pucuk dan ketupat. Selain itu, lidi daun nipah juga dijadikan bahan untuk membuat berbagai produk anyaman seperti piring, keranjang baju, tempat aksesoris, topi, dan lain sebagainya. Keunikan bahan baku ini dapat menjadi nilai tambah dalam promosi penjualan kerajinan anyaman melalui media sosial.

Meskipun potensi kerajinan anyaman di Kecamatan Seberang Ulu I sangat besar, namun masih terdapat berbagai tantangan yang perlu dihadapi, terutama dalam hal pemasaran dan promosi produk. Saat ini, promosi penjualan kerajinan anyaman masih dilakukan secara langsung, dimana para pengrajin menjual produk-produknya secara langsung kepada pelanggan di kampung anyaman tersebut.

Selain itu, Kampung wisata anyaman saat ini belum memiliki akun media sosial resmi yang dikelola secara khusus. Promosi yang dilakukan pada akun media sosial milik individu dan komunitas lain yang tertarik dengan keunikan anyaman yang dihasilkan di kampung ini. Mereka dengan sukarela membagikan pengalaman dan informasi mengenai kampung anyaman melalui *platform* media sosial mereka, sehingga membantu meningkatkan popularitas kampung wisata tersebut.

Promosi yang dilakukan oleh akun-akun pribadi dan komunitas ini memang sangat membantu dalam mengenalkan kampung wisata anyaman kepada publik. Namun, dengan adanya akun media sosial resmi, kampung wisata anyaman akan mampu mengontrol dan menyampaikan informasi secara lebih akurat dan konsisten.

Keberadaan akun media sosial sangat penting untuk mempromosikan berbagai potensi dan keunikan yang dimiliki oleh kampung ini. Dengan adanya akun resmi, informasi mengenai kegiatan, produk, dan daya tarik wisata yang ada di kampung anyaman dapat tersampaikan secara lebih luas dan terstruktur kepada masyarakat dan calon pembeli.

**Tabel 1. 1**  
**Data Penjualan Produk Kerajinan Anyaman**

No.	Produk	Harga Satuan	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023	Jumlah
1	Tempat Permen	5.000	1500	1300	1000	3800
2	Guci	5.000	700	558	300	1558
3	Keranjang Baju	35.000	0	0	80	80
4	Tempat Buah	1.000	790	640	400	1830
5	Tempat Bawang	5.000	1700	1450	1300	4450
6	Tempat Aksesoris	3.000	970	834	558	2362
7	Piring Ceper	5.000	0	0	320	320
8	Piring Pecel Lele	4.000	2300	2000	1800	6100
9	Topi	5.000	0	0	70	70
10	Sangke	5.000	0	0	200	200
11	Tope	3.500	0	0	30	30
12	Alas Cangkir	2.000	450	329	200	979
13	Vas Bunga	1.000	0	0	30	30

Sumber: Kampung Wisata Anyaman, 2024

Berdasarkan tabel 1.1, terlihat jelas bahwa data penjualan pertahunnya mengalami penurunan. Fenomena ini menandakan adanya perubahan dalam dinamika pasar atau mungkin juga strategi pemasaran yang kurang efektif. Dalam menghadapi tantangan ini, salah satu langkah yang dapat diambil adalah meningkatkan promosi penjualan melalui media sosial.

Dengan memanfaatkan media sosial, diharapkan para pengrajin kerajinan anyaman dapat memperluas pasar mereka, menjangkau konsumen potensial yang lebih luas baik secara lokal maupun global, serta meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat pengrajin anyaman di

Kecamatan Seberang Ulu I secara keseluruhan. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap “Pengembangan Promosi Penjualan Menggunakan Media Sosial pada Kerajinan Anyaman di Kecamatan Seberang Ulu I”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan permasalahan dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana pengembangan promosi penjualan menggunakan media sosial pada kampung wisata anyaman di Kecamatan Seberang Ulu I”.

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar permasalahan yang akan dibahas dalam penyusunan Laporan Akhir ini tidak menyimpang dari permasalahan dan lebih terarah, penulis telah membatasi lingkup penelitian hanya pada penggunaan media sosial Instagram Business, Halaman Facebook, dan WhatsApp Business sebagai sarana promosi penjualan kerajinan anyaman di kecamatan Seberang Ulu I.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana pengembangan promosi penjualan menggunakan media sosial pada kerajinan anyaman di kecamatan seberang ulu I.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Setelah penelitian dilaksanakan, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini memberikan penulis pemahaman yang mendalam tentang bagaimana pengembangan promosi penjualan menggunakan media sosial pada kerajinan anyaman di kecamatan seberang ulu I

sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan penulis dalam mengembangkan promosi menggunakan media sosial.

## 2. Bagi Pengrajin Anyaman

Hasil penelitian ini akan membantu Pengrajin Anyaman dalam mengembangkan promosi penjualan melalui media sosial pada kerajinan anyaman di kecamatan Seberang Ulu 1. Dengan demikian produk-produk yang dijual akan di promosikan melalui media sosial dengan memperluas jangkauan pasar kerajinan anyaman di Kecamatan Seberang Ulu I.

## 1.5 Metode Penelitian

### 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kampung Wisata Anyaman yang terletak di Lorong Prajurit Nangyu Kel. 3/4 Ulu Kec. Seberang Ulu I, Kota Palembang.

### 1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian untuk penyusunan laporan akhir ini adalah data primer dan sekunder. Penjelasan mengenai jenis data berdasarkan cara memperolehnya adalah sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data asli (mentah) yang belum diproses dan dikumpulkan secara khusus oleh peneliti untuk keperluan penelitian yang bersangkutan (Yahya, Dencik, & Asiati, 2019). Data Primer yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh langsung melalui observasi, dokumentasi dan wawancara langsung dengan partisipan (pengrajin anyaman) di Kecamatan Seberang Ulu I.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merujuk kepada informasi yang telah dianalisis sebelumnya oleh pihak lain untuk tujuan tertentu, dan kemudian dikumpulkan oleh peneliti sebagai bagian dari data penelitian yang

mereka lakukan (Yahya, Dencik, & Asiati, 2019). Penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber referensi, seperti jurnal, buku, dan penelitian yang telah dipublikasikan oleh pihak lain yang relevan dengan topik laporan ini.

### **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan rangkaian teknik atau pendekatan yang dipergunakan untuk menghimpun informasi yang akan dianalisis dalam suatu penelitian (Salma, 2023). Dalam proses pengumpulan data ini, penulis menerapkan beberapa teknik atau metode pengumpulan data agar dapat menyelesaikan masalah yang ada. Oleh karena itu, beberapa metode yang digunakan penulis mencakup:

#### **1. Riset Lapangan**

Penulis memanfaatkan beberapa metode pengumpulan data dengan mengambil langkah untuk memperoleh informasi secara langsung dari pengrajin anyaman di Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang. Beberapa teknik pengumpulan data riset lapangan yang digunakan oleh penulis mencakup:

##### **a. Observasi**

Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek yang menjadi fokus penelitian dan sering kali diterapkan dalam konteks penelitian yang mempelajari aspek-aspek perilaku (Yahya, Dencik, & Asiati, 2019). Metode ini diterapkan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian, mengamati setiap detail dengan teliti, dan mencatat hasil pengamatan dalam bentuk catatan yang terstruktur. Dalam penelitian ini, teknik observasi yang digunakan adalah teknik observasi partisipan (terbuka), yang dilakukan dengan aktif terlibat dalam pengamatan langsung pada kegiatan usaha kerajinan anyaman di wilayah Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang.

#### b. Wawancara

Metode wawancara merupakan sebuah teknik yang mengandalkan interaksi verbal antara pewawancara dan responden, di mana informasi dikomunikasikan melalui pertanyaan dan jawaban (Yahya, Dencik, & Asiati, 2019). Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur merujuk pada proses interogasi dimana pertanyaan-pertanyaan telah dipersiapkan sebelumnya, sesuai dengan panduan wawancara yang telah ditetapkan (Afifudin & Saebani, 2018). Hal ini mengindikasikan bahwa peneliti telah memiliki pemahaman mendalam terhadap data yang akan diambil, serta telah menetapkan fokus dan merumuskan masalah dengan cermat. Penulis melakukan wawancara terstruktur (langsung) dengan pengrajin anyaman yang berlokasi di Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, untuk mendapatkan informasi tentang promosi penjualan, sejarah kampung wisata anyaman, produk-produk yang ditawarkan, serta informasi lainnya.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara langsung dari lokasi penelitian, yang mencakup referensi dari buku-buku yang relevan, pedoman resmi, laporan kegiatan, gambar, rekaman video, serta segala data penting yang berkaitan dengan penelitian tersebut (Riduwan, 2015). Melalui teknik ini, penulis dapat menggali seluruh informasi tentang promosi penjualan kerajinan anyaman di Kecamatan Seberang Ulu I, Palembang, yang didokumentasikan secara langsung dari lokasi penelitian.

### 2. Studi Kepustakaan

Penulis mengumpulkan data dengan membaca dan mencari referensi dalam berbagai bentuk publikasi seperti buku, jurnal, laporan, dan artikel yang relevan dengan topik laporan.

#### **1.5.4 Analisis Data**

Penulis menggunakan metode analisis data kualitatif dalam penelitian ini untuk menganalisis data mengenai produk dan promosi penjualan yang digunakan untuk memasarkan produk kerajinan anyaman di Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang.

Hal ini dapat mengaitkan data-data tersebut dengan sumber-sumber data lain yang relevan dengan topik yang dibahas dalam penelitian. Data-data yang dikumpulkan berasal dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, serta literatur lain yang mendukung penyajian data dalam penelitian ini.