

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era bisnis modern, semakin banyak usaha yang menggunakan strategi promosi digital untuk pertumbuhan dan kesuksesan mereka. Pada promosi digital, pemanfaatan platform dan teknologi digital bertujuan untuk menyampaikan pesan promosi secara efektif kepada audiens target tertentu. Proses promosi digital ini mencakup berbagai pendekatan atau strategi, seperti media sosial, pemasaran email, situs web, periklanan online, dan pengembangan konten digital, semuanya ditargetkan untuk mencapai tujuan pemasaran yang telah direncanakan.

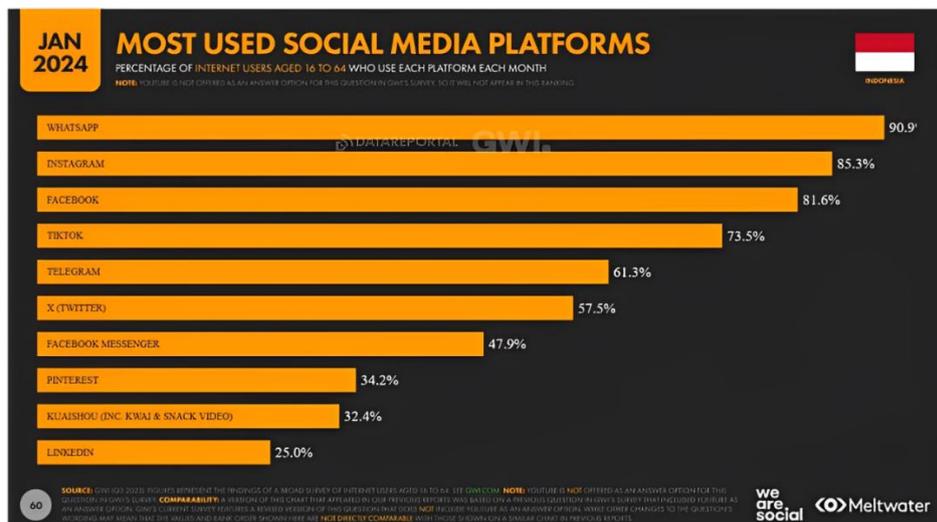
Penggunaan strategi promosi digital bukan hanya untuk meningkatkan volume penjualan, tetapi juga untuk memperkuat posisi UMKM di pasar lokal dan nasional. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat membina interaksi yang lebih erat dengan konsumen, menerima umpan balik secara langsung, dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk mereka (Estiana, Karomah, & Setiady, 2022).

Perusahaan harus terus memperhatikan strategi promosi yang mereka gunakan untuk memuaskan pelanggan, membuat mereka merasa nyaman, dan meningkatkan volume penjualan dalam persaingan usaha yang terus berkembang.

Hasil analisis strategi promosi dalam bidang kuliner menunjukkan bahwa strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran, minat, dan keinginan konsumen terhadap suatu barang, sehingga meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan (Supriono & Sudarmiatin, 2023).

Cake By Tri Palembang merupakan bisnis kuliner yang khususnya menjual produk cake untuk berbagai acara. Usaha ini berdiri pada tahun 2021 yang berlokasi di Lorong Sepakat, Suka Maju, Kec. Sako, Palembang. Pada saat ini media promosi yang digunakan oleh Cake by Tri Palembang adalah media Instagram yang akun nya bernama @cakebytri yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 11.138. Sejak awal Cake By Tri Palembang dibuka hingga sekarang, satu – satunya media promosi yang digunakan adalah Instagram.

Instagram dipilih sebagai platform media sosial utama untuk promosi karena menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023), Instagram memiliki jumlah pengguna yang sangat signifikan di Indonesia dibandingkan dengan platform media sosial lainnya. Selain itu, demografi pengguna Instagram di Indonesia sebagian besar terdiri dari kalangan muda yang aktif di media sosial (APJII, 2023). Berikut data terkait platform populer yang digunakan di Indonesia :



Gambar 1. 1 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024
Sumber : We Are Social Hootsuite, 2024

Menurut laporan dari We Are Social dan Hootsuite, dapat dilihat bahwa Instagram menempati posisi kedua sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia sebesar 85.3% pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang aktif setiap bulan. Facebook berada di posisi ketiga dengan 81.6% pengguna, dan TikTok mengikuti di posisi keempat dengan 73.5% pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki jangkauan yang sangat luas di Indonesia, membuatnya menjadi salah satu platform yang paling populer untuk berinteraksi dan berbagi konten di antara pengguna internet yang aktif. Maka dari itu, memanfaatkan kepopuleran Instagram sebagai sarana utama untuk mempromosikan bisnis dapat memberikan kesempatan yang besar untuk mencapai banyak calon pelanggan yang aktif menggunakan internet di Indonesia.

Penggunaan Instagram sebagai media promosi pada Cake By Tri Palembang menunjukkan adanya kendala yang di tunjukkan dengan menurun nya volume penjualan dan pendapatan Cake By Tri Palembang dalam tiga tahun terakhir. Berikut adalah tabel volume penjualan dan pendapatan yang telah di peroleh Cake By Tri Palembang dalam tiga tahun terakhir :

Tabel 1. 1
Volume Penjualan dan Pendapatan

Tahun	Volume	Pendapatan (Rp)	Target Pendapatan
2021	2.167	Rp. 145.014.000	Rp. 150.000.000
2022	1.830	Rp. 105.270.000	Rp. 150.000.000
2023	1.158	Rp. 87.960.000	Rp. 120.000.000
Total	5.155	Rp. 324.804.000	Rp. 420.000.000

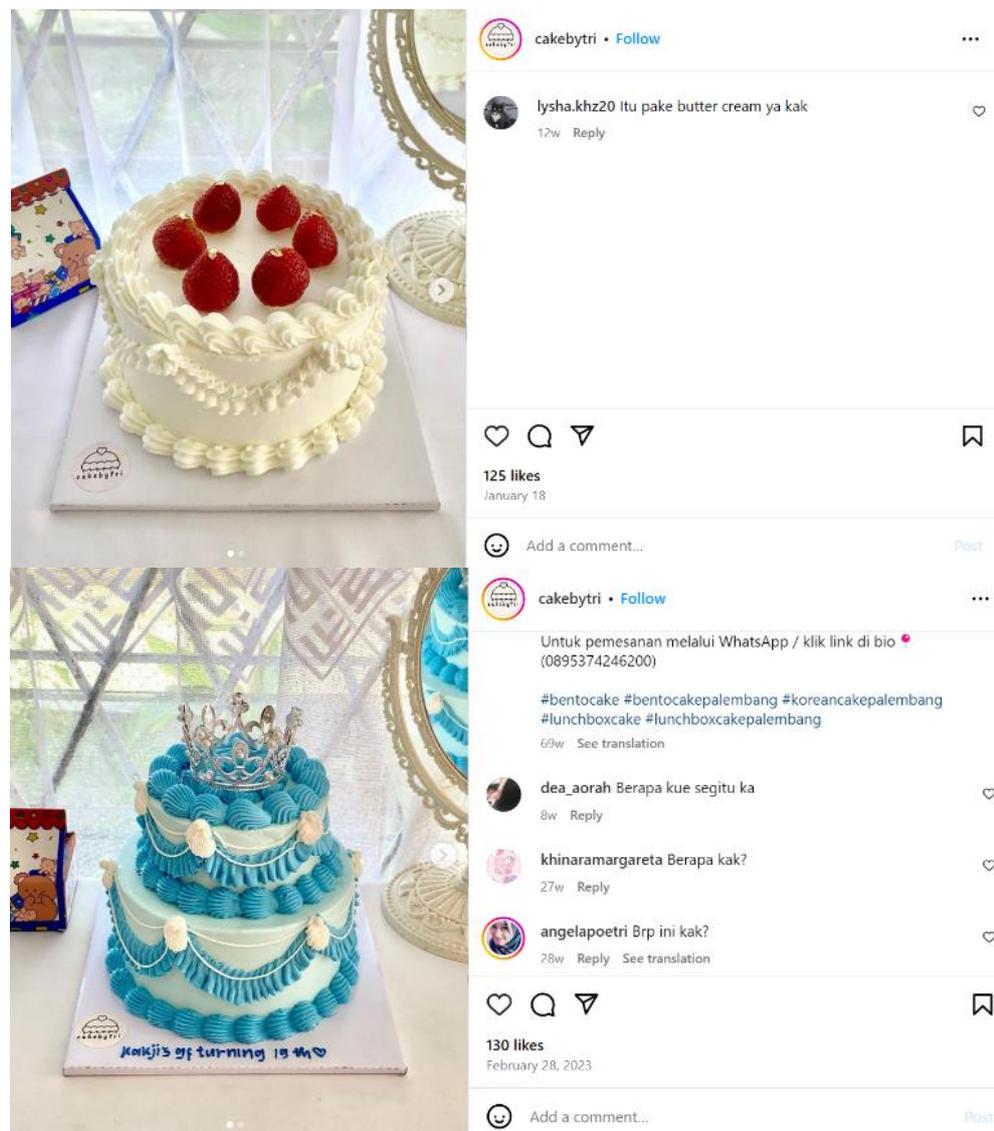
Sumber: Pemilik Cake By Tri Palembang, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui dalam tiga tahun terakhir, volume penjualan mengalami penurunan yang sangat signifikan. Pada tahun 2021 jumlah penjualan mencapai angka 2.167 cake, di tahun 2022 sebanyak 1.830 cake, dan di tahun 2023 sebanyak 1.158. Jadi, Dari tahun 2021 ke tahun 2022, terjadi penurunan sebesar 15,54%, dan dari tahun 2022 ke tahun 2023, terjadi penurunan lebih lanjut sebesar 36,72%. Keseluruhan, penjualan mengalami penurunan sebesar 46,56% dari tahun 2021 hingga tahun 2023. Hal ini menunjukkan adanya hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan performa penjualan Perusahaan terutama dalam hal promosi.

Keputusan pembelian memiliki dampak yang signifikan terhadap kemajuan bisnis karena dapat menghasilkan pendapatan melalui proses penjualan. Untuk mendorong konsumen dalam melakukan pembelian, strategi promosi perlu diterapkan untuk mempengaruhi perilaku pembelian mereka (Nurfitri & Sudartono, 2023).

Setelah melakukan wawancara dengan pemilik Cake by Tri Palembang, diketahui bahwa Cake by Tri menghadapi beberapa hambatan dalam melaksanakan promosi yang efektif. Salah satu hambatan utama adalah tidak adanya informasi detail seperti harga dan desain kue yang tercantum di

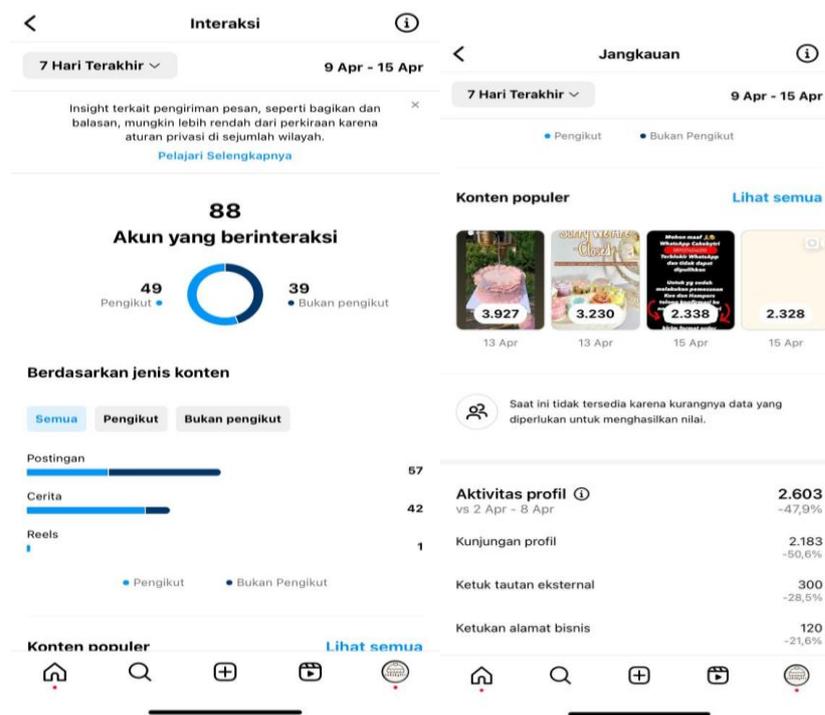
Instagram. Hal ini mengakibatkan calon konsumen sering kali bertanya di kolom komentar terkait produk tersebut. Namun, karena kesibukan, pihak Cake by Tri sering kali tidak dapat merespons pertanyaan-pertanyaan tersebut. Berikut adalah data terkait postingan feeds di Instagram Cake by Tri Palembang yang menunjukkan kurangnya detail informasi mengenai harga dan deskripsi kue:



Gambar 1. 2 Postingan Feeds Dan Kolom Komentar Di Instagram Cake By Tri Palembang
 Sumber : Akun Instagram Cake By Tri Palembang, 2024

Berdasarkan Gambar 1.1, terlihat bahwa caption pada postingan Cake by Tri Palembang kurang menyertakan informasi rinci mengenai produknya, sehingga calon pelanggan bertanya di kolom komentar. Namun, pihak Cake By Tri tidak pernah merespon. Maka dari itu diperlukan media informasi yang tersedia secara online selama 24 jam sehingga dapat diakses kapan saja oleh calon konsumen.

Akun Instagram Cake by Tri yang saat ini memiliki jumlah pengikut yang cukup besar, namun tingkat interaksi (*Engagemen Rate*) yang dihasilkan masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan jumlah pengikutnya. Berikut data yang menunjukkan jumlah akun yang berinteraksi dengan Instagram Cake By Tri Palembang:



Gambar 1. 3 Jumlah Akun yang Berinteraksi dan Aktifitas profil Instagram Cake By Tri Palembang

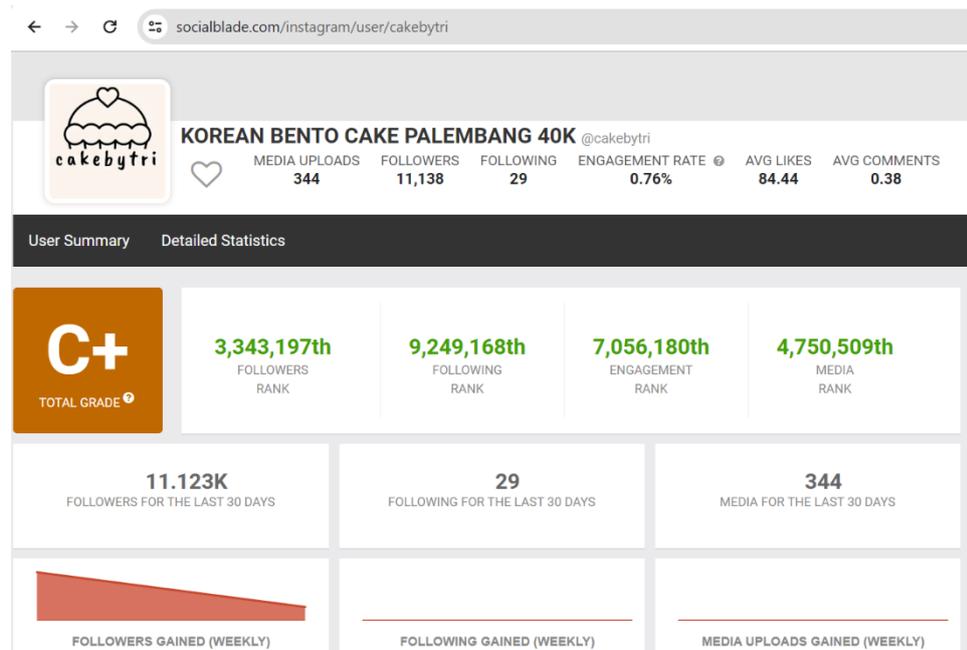
Sumber : Akun Instagram Cake By Tri Palembang, 2024

Berdasarkan Gambar 1.3 terlihat bahwa hanya 88 akun yang berinteraksi dengan konten Cake by Tri selama periode 7 hari, meskipun akun ini memiliki 11.138 pengikut. Dengan hanya 88 interaksi dari total pengikut tersebut. Kunjungan profil sebesar 2.603 pengunjung, tautan yang di cantumkan di bio Instagram adalah link whatsapp dan jumlah ketukan link nya sebesar 300.

Jangkauan pasar atau promosi yang dicapai masih terbatas, jangkauan pasar juga terlihat dari rendahnya tingkat keterlibatan (*engagement rate*).

Tingkat keterlibatan (*engagement rate*) merupakan metrik yang digunakan untuk mengukur tingkat interaksi pengguna terhadap konten di media social (Adawiyah, 2023).

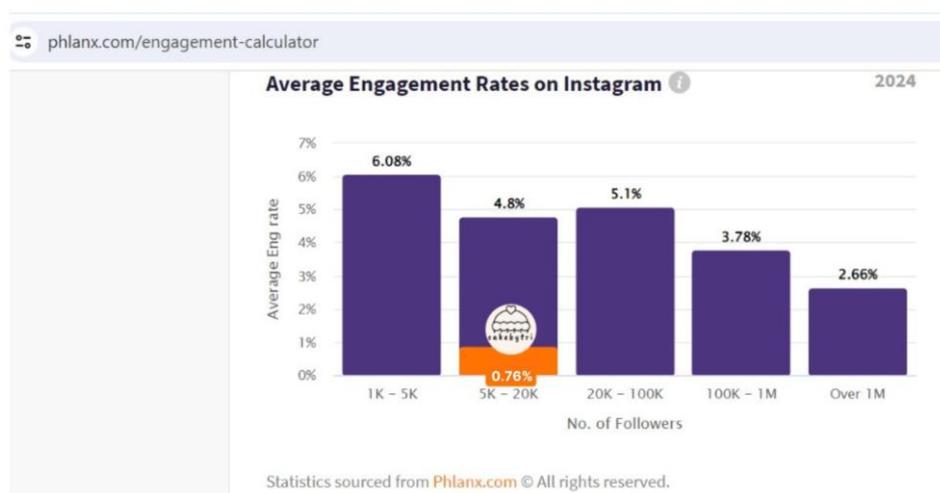
Ini mencakup berbagai tindakan seperti like, komentar, dan berbagi. Semakin tinggi *engagement rate*, semakin aktif dan terlibatnya audiens dengan konten yang diposting. Jika tingkat keterlibatan rendah, maka dapat dikatakan bahwa konsumen tidak terlalu tertarik dengan informasi yang disajikan oleh bisnis. Data yang menunjukkan rendahnya tingkat keterlibatan (*engagement rate*) dapat dilihat dari hasil analisis *Engagement Rate* Instagram yang dilakukan di socialblade.com. Berikut hasil analisis Instagram pada Cake by Tri Palembang:



Gambar 1. 4 Analisis Engagement Rate pada Instagram Cake By Tri Palembang
Sumber: Socialblade.com, 2024

Berdasarkan Gambar 1. 1 Analisis *Engagement Rate* pada Instagram Cake by Tri Palembang menunjukkan bahwa akun tersebut memiliki total 322 media *uploads*, dengan jumlah *followers* sebanyak 11.138 dan mengikuti 29 akun. Tingkat keterlibatan (*engagement rate*) sebesar 0,76%, dengan rata-rata jumlah suka sebanyak 84,44 *likes* dan rata-rata komentar sebanyak 0,38

comments per postingan. Berdasarkan data ini, akun tersebut mendapatkan nilai total C+, menunjukkan bahwa kinerja Instagramnya berada di tengah-tengah dan masih memiliki potensi untuk ditingkatkan. Terdapat penurunan tingkat keterlibatan (*engagement rate*) pada akun Instagram Cake by Tri Palembang, termasuk jumlah like, komen yang belum maksimal jika dilihat dari banyak pengikutnya. Berikut grafik rata-rata tingkat keterlibatan (*engagement rate*) di Instagram:

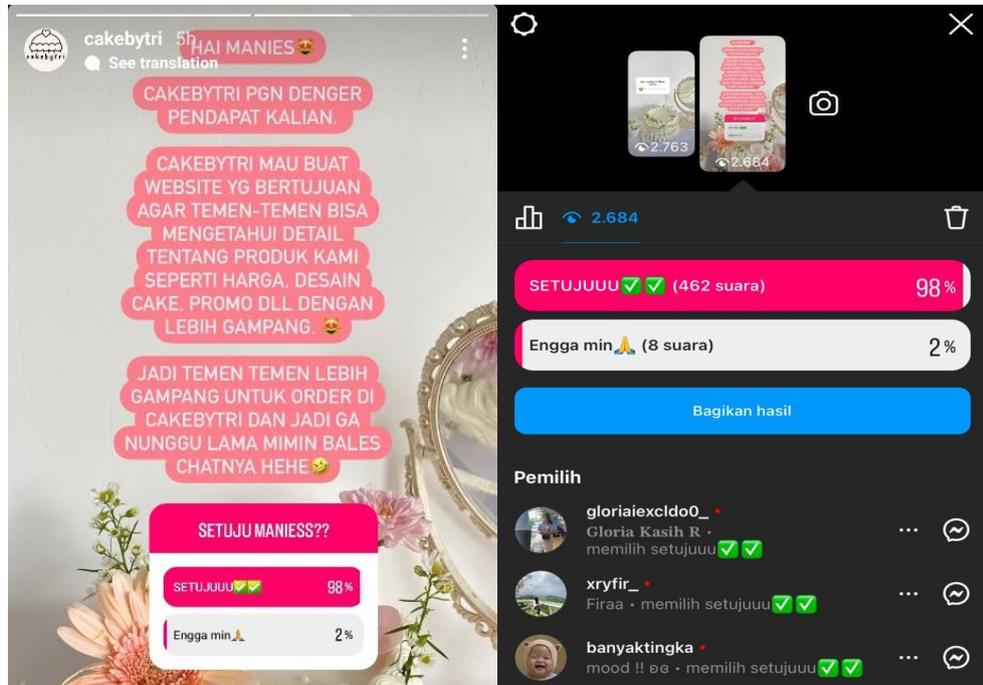


Gambar 1. 5 Rata-Rata Tingkat Keterlibatan (Engagement Rate) di Instagram
Sumber: Phlanx.com, 2024

Dari Gambar 1. 2 dapat dilihat bahwa di akun Instagram cake by tri Palembang dengan jumlah tingkat keterlibatan (*engagement rate*) sebesar 0,76%, jumlah tersebut masih tergolong rendah karena dengan jumlah followers sebanyak 11.138 rata-rata tingkat keterlibatan (*engagement rate*) yang seharusnya adalah 4,8%. Tingkat keterlibatan (*engagement rate*) yang masih di bawah rata-rata, menunjukkan kendala bahwa jangkauan pasarnya masih terbatas.

Hasil survei yang dilakukan, mayoritas pengikut Instagram Cake by Tri Palembang mendukung ide keberadaan sebuah website sebagai platform media informasi tambahan. Dukungan ini mencerminkan pandangan positif terhadap pentingnya menyediakan informasi yang lebih rinci terkait harga dan jenis kue serta mempermudah interaksi bagi calon pelanggan. Berikut

adalah hasil survei pandangan pengikut Cake by Tri Palembang terkait potensi penerimaan sebuah website baru sebagai platform media informasi tambahan :



Gambar 1. 6 Hasil Survei Instagram terkait Website sebagai media informasi
Sumber: Instagram Cake By Tri Palembang, 2024

Berdasarkan Gambar 1.3 diketahui bahwa 98% dari pengikut Instagram menyatakan setuju dengan adanya website, mengakui bahwa hal tersebut akan memberikan akses yang lebih mudah terhadap informasi yang lebih lengkap. Hal ini memberikan landasan kuat untuk upaya merancang sebuah platform media informasi baru sebagai langkah inovatif untuk meningkatkan komunikasi dan memperluas cakupan promosi Cake by Tri Palembang.

Strategi promosi yang efektif dapat dicapai dengan membuat informasi tentang produk yang tersedia melalui platform media informasi berbasis website yang mudah diakses. Penggunaan platform media informasi berbasis website yang mudah diakses dapat memperluas cakupan pemasaran produk UMKM (Winarko, Estuningsih, & Wahyuni, 2024).

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas yaitu tidak adanya informasi detail seperti harga dan desain kue yang tercantum di setiap

postingan Instagram sehingga calon konsumen kerap kali bertanya di kolom komentar terkait produk dan harga kue tersebut tetapi karena kesibukannya pemilik Cake By Tri Palembang tidak dapat merespon pertanyaan tersebut, jangkauan media promosi melalui Instagram terbatas, penurunan volume penjualan sebesar 46,56% dalam tiga tahun terakhir, serta dukungan mayoritas pengikut Instagram terhadap keberadaan website sebagai platform tambahan, merancang platform media informasi berbasis website sebagai media promosi menjadi langkah strategis yang tepat. Dengan menerapkan platform ini, Cake by Tri Palembang dapat menyampaikan informasi terkait harga dan jenis kue dengan lebih efektif, dan memperluas jangkauan promosi. Penulis menyajikan rancangan ini dalam bentuk Laporan Akhir yang berjudul **“Perancangan Platform Media Informasi Berbasis Website Sebagai Media Promosi Pada Cake By Tri Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana merancang suatu Platform Media Informasi berbasis Website sebagai Media Promosi pada Cake By Tri Palembang?.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Adapun ruang lingkup pembahasan ditetapkan agar fokus penelitian ini agar lebih terarah, yaitu merancang dan mengimplementasikan sebuah platform media informasi berbasis website sebagai media promosi untuk Cake By Tri Palembang menggunakan aplikasi *Google Site*, yang berlokasi di Lorong Sepakat, Suka Maju, Kecamatan Sako, Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk membantu Cake By Tri Palembang dalam merancang suatu Platform Media Informasi berbasis Website

sebagai Media Promosi menggunakan aplikasi *Google Site* dengan tujuan memberikan kemudahan bagi konsumen dan calon konsumen dalam mendapatkan informasi terkait produk yang disediakan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Adapun penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang strategi promosi melalui platform media informasi berbasis website, serta proses perancangan platform tersebut dengan menggunakan aplikasi *Google Site*.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kemudahan informasi bagi konsumen Cake By Tri Palembang untuk mengakses dan mengetahui berbagai produk yang ditawarkan, sehingga dapat membantu Cake By Tri Palembang dalam meningkatkan promosi produknya dan memperluas pangsa pasar mereka.

2. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat meningkatkan pemahaman tentang pemanfaatan media informasi, terutama website, sebagai alat promosi digital yang efektif untuk memperkenalkan dan memasarkan produk pada usaha kecil menengah seperti Cake By Tri Palembang.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha Cake By Tri Palembang yang beralamatkan di Lorong Sepakat, Suka Maju, Kec. Sako, Palembang dan penelitian ini membahas perancangan sebuah platform media informasi berbasis website yang bertujuan sebagai media promosi

tambahan yang terhubung dengan Instagram untuk Cake By Tri Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan penulis dalam laporan akhir ini adalah menggunakan data primer dan data sekunder

1. Data Primer

Data Primer ialah sumber yang langsung memberinya untuk penulis seperti wawancara (Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, 2022).

Penulis mengumpulkan data tersebut sendiri dari objek penelitian. Dalam konteks penelitian ini, penulis menggunakan metode wawancara langsung dengan Pemilik Cake By Tri Palembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, tetapi melalui perantara seperti orang lain atau dokumen (Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, 2022).

Penulis mengumpulkan data dari beberapa sumber yang meliputi pemilik Cake By Tri Palembang, Instagram Cake By Tri, Socialblade.com, dan Phlanx.com. Data yang diperoleh mencakup laporan volume penjualan dari pemilik Cake By Tri Palembang, hasil survei yang dilakukan melalui Instagram Cake By Tri Palembang terkait *Website* sebagai media informasi, hasil analisis tingkat keterlibatan (*engagement rate*) Instagram Cake By Tri Palembang yang dilakukan di Socialblade.com, serta rata-rata tingkat keterlibatan (*engagement rate*) di Instagram Cake By Tri Palembang.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan merupakan cara yang dipakai dalam mengumpulkan data-data yang diperoleh dalam rangka pengujian penelitian. Teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Riset Lapangan

a. Wawancara

Esterberg mendefinisikan interview sebagai berikut. “ *a meeting of two person to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic*”. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2022).

Pada laporan ini penulis menggunakan jenis wawancara tidak terstruktur dengan mengajukan pertanyaan kepada pemilik Cake By Tri Palembang mengenai seputar informasi terkait media informasi produk dan media promosi yang digunakan.

b. Dokumentasi

Studi Dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari dokumen, arsip, atau bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan fenomena penelitian (Bungin, 2015).

Teknik pengumpulan data dokumentasi, peneliti akan berfokus pada analisis konten di akun Instagram Cake By Tri Palembang. Data akan dikumpulkan melalui observasi postingan, caption, dan interaksi pengguna, serta mencatat informasi seperti foto produk, deskripsi, harga, promosi, dan tanggapan pengguna. Melalui analisis konten ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang produk dan strategi promosi yang telah dilakukan sebelum adopsi platform website.

2. Riset Kepustakaan

Riset kepustakaan merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2022).

Pada teknik ini, penulis menggunakan data teoritis dengan cara menelaah berbagai literatur, jurnal, penelitian terdahulu, bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.5.4 Metode Analisis Data

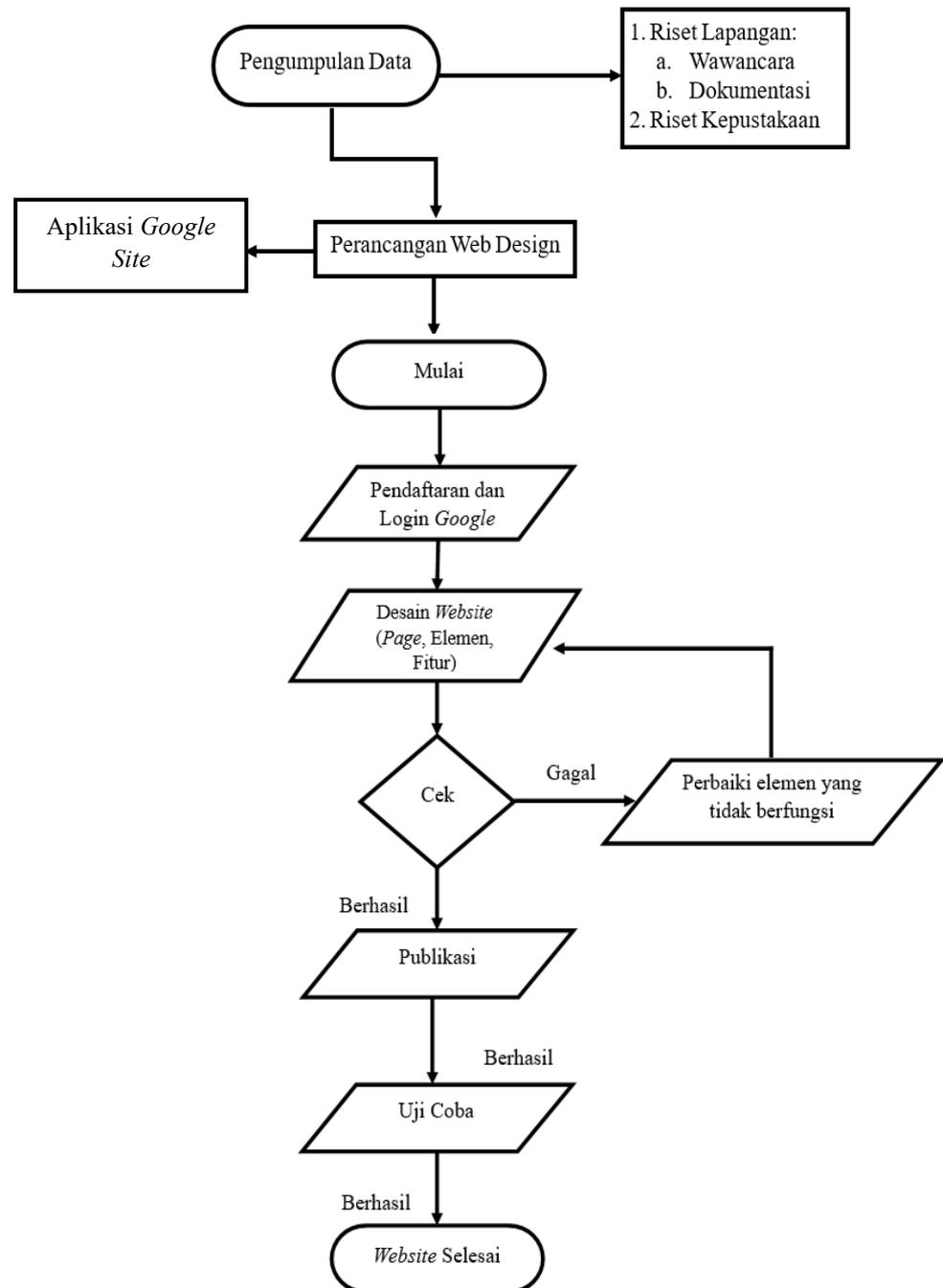
Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif.

Kualitatif deskriptif diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik atau menjelaskan sesuatu menggunakan kata-kata atau tulisan, metode ini lebih menekankan pada pemahaman mendalam terhadap konteks, proses, dan makna dari fenomena yang diamati. (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini melakukan analisis data menggunakan metode kualitatif deskriptif, dimana menganalisis data-data nya tidak berbentuk angka-angka tetapi berupa serangkaian informasi atau keterangan yang digali dari hasil penelitian. Hal bertujuan untuk melakukan pembahasan dan penjabaran mengenai perancangan platform media informasi berbasis website sebagai media promosi pada Cake By Tri Palembang.

1.5.5 *Flowchart* Perancangan Platform Media Informasi Berbasis Website Menggunakan Aplikasi *Google Site*

Berikut adalah alur perancangan yang akan digunakan dalam merancang sistem informasi menggunakan website.



Gambar 1. 7 *Flowchart* Alur Perancangan Media Informasi Berbasis Website Sebagai Media Promosi

Berikut adalah penjelasan untuk setiap langkah dalam flowchart pembuatan situs *website* menggunakan Google Sites:

1. Mulai

Langkah pertama adalah memulai proses pembuatan situs *website* menggunakan Google Sites.

2. Pendaftaran dan Login Google Site

Diperlukan akun Google untuk menggunakan Google Sites. Jika belum memiliki akun, perlu mendaftar terlebih dahulu. Setelah memiliki akun, masuk ke Google Sites menggunakan akun tersebut.

3. Merancang Website (Halaman, Elemen, dan Fitur)

Setelah masuk ke Google Sites, mulailah merancang situs web. Ini melibatkan pembuatan halaman situs, penambahan elemen seperti teks, gambar, dan formulir, serta penyesuaian fitur seperti tata letak, warna, dan gaya.

4. Cek

Setelah selesai merancang situs web, langkah berikutnya adalah memeriksa situs untuk memastikan bahwa semua elemen berfungsi dengan baik. Ini termasuk memastikan bahwa tautan berfungsi, gambar ditampilkan dengan benar, formulir dapat diisi, dan lain sebagainya. Jika ada elemen yang tidak berfungsi, perlu dilakukan perbaikan sebelum melanjutkan.

- a. Jika Gagal: Jika ditemukan elemen yang tidak berfungsi selama pemeriksaan, langkah ini memerlukan perbaikan. Identifikasi elemen yang bermasalah dan perbaiki sesuai kebutuhan. Ini mungkin melibatkan pengeditan atau penyesuaian elemen yang tidak berfungsi.
- b. Jika Berhasil: Jika semua elemen berfungsi dengan baik, lanjutkan ke langkah berikutnya.

5. Publikasi

Setelah situs web diperiksa dan semua elemen berfungsi dengan baik, langkah selanjutnya adalah mempublikasikan situs secara online. Ini akan membuat situs dapat diakses oleh pengguna lain di internet

6. Uji Coba

Setelah publikasi, langkah penting berikutnya adalah melakukan uji coba. Uji coba melibatkan mengunjungi situs dari berbagai perangkat dan browser untuk memastikan bahwa situs terlihat dan berfungsi dengan baik di semua platform.

7. Selesai

Langkah terakhir adalah menyelesaikan proses pembuatan situs web. Situs telah dirancang, diperiksa, dipublikasikan, dan diuji coba, dan sekarang siap digunakan oleh pengguna lain.