

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perubahan dan perkembangan teknologi secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar, akibatnya timbul persaingan antar perusahaan dalam menawarkan produk-produk dipasar. Para produsen di tuntut lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen terutama pada kualitas produk. Kualitas produk yang baik diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya. Hal ini juga akan mempengaruhi persepsi masyarakat, karena kualitas dari suatu produk tersebut sangat penting.

Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk-produk sangat tergantung pada kiat-kiat dan strategi pemasaran yang dilakukan karena dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat. Perusahaan dapat menciptakan dan memelihara serta mengembangkan pemasaran yang berkesinambungan. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima calon konsumen sehingga calon konsumen membeli produk yang dijual.

Peluang dan tantangan dalam melakukan pemasaran menjadikan sebuah gebrakan baru dalam dunia pemasaran produk ataupun jasa. dengan adanya perkembangan teknologi persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, mendorong setiap perusahaan untuk lebih berinovasi dalam mempromosikan produk mereka. Hal ini menuntut suatu strategi pemasaran yang tepat agar lebih dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan memiliki strategi yang tepat, perusahaan harus mengetahui keunggulan dari perusahaan yang dapat dikembangkan dan kelemahan untuk perbaiki agar terus maju usaha. Banyaknya usaha yang bergerak pada bidang

yang sama, menjadikan perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan yang lainnya. setiap bagian dari perusahaan harus merencanakan tujuan, dimana seluruh rencana perusahaan harus konsisten dengan bisnis perusahaan secara keseluruhan. Perencanaan pemasaran yang tepat dapat membantu perusahaan dalam menentukan keputusan berkaitan dengan berbagai pemilihan promosi.

Promosi merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk berkembang dan mempertahankan konsumen. Lewat media promosi Perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup, dan mendapatkan keuntungan dengan menjual produk yang ditawarkan pada masyarakat. Promosi merupakan variabel yang memegang peran penting dalam strategi pemasaran suatu pemasaran.

Kegiatan promosi hasilnya tidak dapat diperoleh secara langsung atau dengan kata lain efeknya tidak langsung terlihat, tetapi dibutuhkan waktu sebelum terjadi penjualan. Semakin sering perusahaan mempromosikan, maka diharapkan dapat meningkatkan jumlah pembeli. Oleh karena, itu pelaksanaan kegiatan promosi bagi kebanyakan perusahaan merupakan sebuah proses yang terus menerus. Agar kegiatan promosi dapat berjalan efektif dan efisien. Perusahaan harus dapat menentukan bentuk promosi yang tepat, kemudian promosi berhubungan erat dengan komunikasi ketika perusahaan mengembangkan produk baru, mengubah yang lama atau bahkan mencoba meningkatkan penjualan atas barang dan jasa yang ada.

Dengan adanya promosi melalui internet khususnya dengan *social media* (media sosial) 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 dalam mempromosi yaitu menyebar luaskan informasi suatu produk kepada calon konsumen yang potensial agar mendapatkan konsumen baru dan untuk menjaga loyalitas konsumen tersebut dan untuk menaikkan penjualan serta laba/keuntungan.

Perkembangan penggunaan *smartphone* banyak yang mengakses social media terutama di Indonesia, bisa menjadi peluang bisnis yang menjanjikan, Saat ini peran media sosial sudah berkembang dan membantu banyak pencarian. Hal ini tentu saja perlu dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis yang ingin mempromosikan diri dan terhubung dengan pelanggan. media sosial banyak orang yang menggunakan untuk berinteraksi dengan orang lain, maka media sosial membuka peluang baru untuk menghasilkan aliran pendapatan salah satunya bisnis yang dapat memanfaatkan media sosial dalam kegiatan bisnisnya.

Pola hidup masyarakat saat ini yang lebih cenderung memanfaatkan perangkat pintar atau lebih dikenal dengan sebutan *smartphone*, dalam mengakses internet. Keberhasilan strategi promosi dengan menggunakan social media tentunya tidak lepas dari perilaku konsumen itu sendiri, pada beberapa akun media sebagian orang dapat mengupdate status mengenai produk makanan atau tempat tertentu, yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi konsumen lain untuk mencari tahu informasi bahkan membeli produk makanan yang ditawarkan oleh itu dalam mempromosikan produk yang dijualnya *Restaurant River Side* dapat memanfaatkan peluang pasar baru dibidang promosi.

Restorant River Side mempromosikan produknya melalui media *instagram*. yang dimana di media sosial *instagram* memiliki kelebihan contohnya beberapa fitur yang menarik dan disamping itu juga bisa mengepost foto atau video yang dimiliki, *instagram* juga menyediakan berbagai macam editan serta stiker-stiker yang mampu menarik dan

mempercantik postingan, dan juga menyediakan akun bisnis khusus di *instagram*.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “**ANALISIS PEMANFAATAN *SOCIAL MEDIA* SEBAGAI *MEDIA PROMOSI* PADA *RESTAURANT RIVER SIDE* PALEMBANG**”,

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah ini bertujuan untuk penjelasan dari permasalahan yang ada pada latar belakang. Adapun rumusan masalah dalam penelitian pembahasan ini ialah bagaimana Pemanfaatan *Social Media* Sebagai *Media Promosi* Pada *Restaurant River Side* Palembang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka penulisan laporan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pemanfaatan *Social Media* Sebagai *Media Promosi* Pada *Restaurant River Side* Palembang

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penulisan dan penyusunan laporan ini adalah sebagai berikut

1. Manfaat Teoritis

- a. penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dibidang pemasaran khususnya tentang konsep media sosial yang ada dapat digunakan dalam mendukung kegiatan promosi khususnya pada *Restaurant River Side* Palembang.

- b. penelitian ini diharapkan dapat menjadi *refrensi* serta sebagai bahan rujukan dan pustaka bagi mahasiswa serta peneliti untuk melakukan penelitian selajutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur dalam evaluasi untuk lebih memahami tentang media promosi pada *Restaurant river side Palembang*.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi media pembelajaran untuk mendapatkan pengetahuan serta pemahaman antara teori dan apa yang didapatkan pada lapangan serta sebagai salah satu syarat menyelesaikan mata kuliah laporan akhir untuk memperoleh gelar sarjana.
- c. Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pembaca mengenai media promosi yang digunakan pada *Restaurant River Side Palembang*.

1.4 Metodoogi Penelitian

1.4.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penullis melakukan penelitian di *Restorant Riverside* yang mana dalam penelitian ini penulis dibatasi untuk meneliti *restorant Riverside* yaitu bagian pemasaran yang melakukan penelitian berkaitan dengan media promosi yang digunakan di *Riverside* bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pemanfaatan media promosi pada *Restorant Riverside*.

1.4.2 Jenis Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh penulis dari objek penelitian yang penulis lakukan sendiri yaitu pada Restorant Riverside melalui

teknik wawancara guna untuk memperoleh data yang akurat dan terpercaya, yang penulis perlukan dalam penulisan laporan akhir ini.

1. Data Primer

Dalam penulisan laporan akhir ini penulis mengumpulkan data melalui objek penelitian yaitu restoran riverside melalui teknik wawancara. Menurut Sugiyono (2017: 193), menyatakan bahwa data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017: 402). Dapat disimpulkan bahwa data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Contoh: data visi misi perusahaan, struktur organisasi dan sejarah perusahaan.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam menyusun Laporan Akhir ini diperlukan data yang relevan antara teori dan praktek dengan permasalahan pokok yang dibahas, baik data yang didapatkan secara langsung maupun data-data sekunder yang didapat dengan cara mempelajari buku-buku maupun sumber informasi lainnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu sebagai berikut:

1. Riset Lapangan (*Filed Research*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengunjungi langsung tempat yang menjadi objek penelitian. Dalam hal ini penulis langsung mendatangi *Restaurant River Side* Palembang. Dan menanyakan data-data yang di perlukan.

a. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan Manajer. Dalam berwawancara terdapat interaksi antara pewawancara dengan Manajer. Melalui wawancara di harapkan peneliti mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi. Wawancara merupakan alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula.

b. Observasi (pengamatan)

Selain wawancara penulis juga menggunakan metode observasi (pengamatan) salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pencatatan dan pengamatan terhadap *Restaurant River Side* Palembang.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Metode penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang terdapat di ruangan perpustakaan, seperti buku-buku, jurnal, maupun dokumen dan catatan. Pada hakekatnya data yang diperoleh dengan penelitian perpustakaan ini dapat dijadikan landasan dasar dan alat utama bagi perusahaan penelitian lapangan.

1.6 Analisis Data

Analisis data yang dilakukan dan membandingkan data dengan teori yang ada, teori yang ada kemudian dibuat satu penafsiran terhadap masalah

yang terjadi. Teknik analisis yang bersifat menjelaskan tentang pemanfaatan media sosial melalui *instagram* pada *Restaurant River Side* Palembang.

Menurut Yusi dan Idris (2016: 108), data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Namun karena dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar formulasi statistik dapat dipergunakan.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan versi miles dan huberman dalam 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 polanya 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 dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti valid dan konsisten saat penelitian kembali kelapangan dan mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan 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.