

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman yang semakin canggih, revolusi teknologi mempunyai dampak yang sangat luar biasa bagi kehidupan manusia. Perkembangan era modern telah banyak menyebabkan perubahan-perubahan sosial yang terjadi di kalangan masyarakat. Pengaruh teknologi menjadikan orang-orang begitu bergantung akan kehadirannya, terlebih setelah kemunculan internet orang-orang dengan mudah memperoleh beberapa informasi. Teknologi informasi dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang cukup pesat.²

Dewasa ini internet merupakan sumber informasi yang paling banyak digunakan oleh suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan internet dapat menjangkau semua wilayah potensial dan cepat untuk menyampaikan berbagai macam informasi secara universal dan berkualitas. Disamping itu internet juga memiliki daya tarik serta keunggulan bagi konsumen maupun organisasi seperti halnya kenyamanan akses 24 jam, efisien, sumber informasi yang potensial, alternatif ruang maupun pilihan yang relatif tidak terbatas dan lain-lain.

² Fedianty Agustinah & Widayati, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang”, (Jurnal Dialektika Vol. 4 No. 2, September 2019), hlm. 5 dalam <https://media.neliti.com> diakses tanggal 17 Februari 2021

Untuk saat ini, perkembangan yang telah dikatakan canggih adalah teknologi modern yaitu teknologi dengan menggunakan media online atau media sosial. Pemanfaatan adanya media sosial merupakan sesuatu yang harus diimplementasikan pada waktu sekarang ini. Media sosial merupakan sarana komunikasi yang dikatakan mudah untuk diterima oleh seluruh kalangan di berbagai dunia. Karena dengan mudahnya dan tidak ada batasan dalam penyebaran teks pesan, foto, video dan sebagainya untuk disampaikan ke masyarakat. Penggunaan media sosial yang juga merupakan bagian dari media online ini sudah tidak asing lagi di dengar. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya masyarakat yang berinisiatif dalam menggunakan internet atau media sosial sebagai sumber informasi bagi mereka, bahkan juga digunakan sebagai sarana promosi untuk penjualan produk dari sebuah usaha. Berbagai macam media online memiliki fitur-fitur tertentu yang menjadi unggulannya. Diantaranya media sosial yang sering dikunjungi masyarakat adalah *facebook, twitter, youtube, instagram, linked, dan whatsapp*.³

Dengan melihat kegiatan bisnis atau usaha yang semakin luas dan semakin mudah untuk dijalankan, bahkan pada semua sektor mulai dari sektor bisnis kecil hingga sektor bisnis besar. Perkembangan teknologi yang kian pesat dapat memudahkan proses pemasaran dari hasil produk

³ Sofia Diska Adelia, *Implementasi Strategi Promosi Melalui Media Online Pada Penjualan Gamis Syar'i di Adzki Hijab Syar'i Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi, IAIN Tulungagung, 2018), diakses tanggal 17 Februari 2021

sampai pada proses transaksinya akan berubah menjadi lebih cepat. Pada kenyataannya kegiatan bisnis di Indonesia saat ini semakin kesini semakin bertambah pesat. Hal ini di dorong dengan adanya media-media penunjang untuk memudahkan penjualan dan promosinya yaitu dengan menggunakan internet.

Pemasaran merupakan salah satu fungsi yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang dan mendapatkan laba. Menurut Stanton pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan barang dan jasa kepada para konsumen. Pemasaran merupakan suatu system keseluruhan dan kegiatan-kegiatan bisnis yang yang ditujukan untuk memuaskan keinginan dan memenuhi kebutuhan dari para pelaku bisnis melalui penciptaan dan pertukaran timbal balik produk.⁴

Berbicara tentang dunia usaha dan perdagangan, tentu tidak akan lepas dari proses promosi. Karena proses promosi merupakan salah satu tahap yang sangat penting untuk dilakukan agar konsumen mengetahui tentang apa dan bagaimana manfaat sebuah produk tersebut diciptakan. Selain itu, proses promosi juga penting karena mampu meningkatkan keuntungan yang akan didapat oleh produsen. Adapun promosi berfungsi untuk mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli, menciptakan dan menumbuhkan interest pada calon pembeli, serta pengembangan rasa

⁴ Rusydi Abubakar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: ALFABETA, 2018), hlm. 2-3

ingin tahu calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan.⁵ Sedangkan promosi bertujuan untuk menginformasikan pada pasar tentang sebuah produk, harga produk, dan manfaat yang akan didapat seseorang dengan menggunakan produk tersebut.

Bauran promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran promosi meliputi iklan (*advertising*), penjualan secara personal (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan promosi penjualan (*sales promotion*).⁶ Promosi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, diantaranya berupa iklan dan publikasi di berbagai media. Media yang data digunakan berupa media cetak, media elektronik dan yang sering dikunjungi masyarakat saat ini adalah media *online* yang kini menjadi sebuah kebutuhan bagi sebagian besar masyarakat.

Promosi merupakan variabel pemasaran yang sangat berperan penting mengingat keberadaan promosi merupakan semacam jembatan komunikasi antara pihak perusahaan atau manajemen dengan pihak pelanggan atau konsumen sehingga keberadaan promosi sangat diperlukan. Oleh keran itu, seorang penjual atau pemasar juga harus pandai melakukan inovasi-inovsi baru untuk menarik minat konsumen. Karena semenarik apapun sebuah produk, tanpa disertai dengan promosi yang bagus dan maksimal produk tersebut tidak akan dikenal oleh masyarakat.

⁵ Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 145

⁶ Muhammad Jaiz, *Dasar-dasar Periklanan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 39.

Di Tulungagung, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi sudah banyak diterapkan di berbagai penjualan produk barang maupun jasa. Konsumen di era teknologi serba canggih ini lebih memilih belanja di toko modern karena konsumen menginginkan kepraktisan dan kemudahan dalam berbelanja. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Khoyiir Store Tulungagung yang berada di Jl. Raya Gondang, Desa Bendungan Kabupaten Tulungagung. Khoyiir Store merupakan salah satu gerai toko modern di Tulungagung yang menjual beraneka ragam kebutuhan masyarakat/pelanggan yang meliputi *skin care*, kosmetik, peralatan sekolah, aneka hijab, sandal, sepatu, dan berbagai macam aksesoris. Khoyiir Store terus memperbaiki sarana dan prasarana yang ada di tokonya sehingga membuat pelanggan semakin tertarik untuk berbelanja di sana.

Khoyiir Store sudah mempunyai banyak pelanggan setia, baik pembelian secara eceran maupun pembelian grosir. Semakin bertambahnya tahun toko Khoyiir yang semula masih mempunyai 1 gerai toko sekarang sudah mempunyai cabang toko baru yang berada di Tulungagung kota tepatnya di Jl. Dr. Sutomo Gg. 8 No 82 Karangwaru Tulungagung. Hal yang menarik di Khoyiir Store yaitu harga yang dipatok atau dipasarkan lebih miring dibandingkan dengan gerai toko yang lainnya. Sehingga banyak konsumen yang datang untuk berbelanja segala kebutuhannya di toko tersebut. Peran promosi dalam upaya meningkatkan volume usaha Khoyiir Store dilakukan dengan sangat baik. Dimana dari yang semula orang tidak mengenal toko tersebut, kini menjadi pusat perhatian masyarakat bukan

hanya di Kecamatan Gondang saja tetapi hampir semua masyarakat Tulungagung.

Hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi Khoyiir Store dan masyarakat sekitar yang mana masyarakat tidak perlu pergi jauh ke kota untuk membeli segala kebutuhan mereka. Pemahaman Khoyiir Store mengenai strategi promosi merupakan hal yang penting, baik itu untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada maupun untuk menarik konsumen pesaing. Khoyiir Store harus mencoba mempengaruhi konsumen pada saat mereka dihadapkan pada proses untuk membuat keputusan pembelian produk dengan memperhatikan kepuasan konsumen terhadap produk maupun pelayanannya. Salah satunya yaitu dengan memperhatikan perilaku dan keinginan calon konsumen baru maupun pelanggan. Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29⁷ yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَن

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”

⁷ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Shafira, 2014), hlm. 65.

Khoyiir Store berupaya semaksimal mungkin membaca *trend* di kalangan masyarakat untuk selalu menyediakan produk yang *up to date* sehingga konsumen puas dengan produk-produk yang telah dibeli. Khoyiir Store juga menyediakan bagian informasi, kontak cs untuk melayani order, serta karyawan yang tersebar di sekitar area gerai yang siap melayani dan membantu pembeli. Khoyiir Store mempertimbangkan keinginan konsumen yang bertransaksi lewat online karena lebih praktis dan mudah. Dengan cara melayani konsumen yang melakukan pembelian online melalui WhatsApp maupun Instagram. Tidak hanya itu, harga yang ditawarkan oleh Khoyiir Store terbilang cukup terjangkau dibandingkan dengan gerai sejenisnya yang ada di Tulungagung. Harga yang terjangkau tersebut merupakan keunggulan yang dipakai untuk menarik para konsumen. Khoyiir Store mampu mempertimbangkan harga eceran maupun grosir dalam menetapkan harga.

Strategi promosi yang diterapkan oleh Khoyiir Store untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian di gerai tokonya dengan memperhatikan kepuasan konsumen tersebut masih belum begitu maksimal dikarenakan ketatnya persaingan antar gerai sejenisnya yang ada di Tulungagung. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dengan judul **“Implementasi Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada Khoyiir Store Tulungagung)”**.

B. Rumusan Masalah

Untuk mempermudah dan membantu peneliti dalam proses penelitian maka dibutuhkan adanya perumusan masalah yang jelas dan tegas, sesuai dengan kriteria dan cara perumusan masalah yang benar.

Dari uraian yang melatarbelakangi penelitian di atas, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi strategi promosi melalui media sosial instagram pada Khoyiir Store Tulungagung?
2. Bagaimana faktor penghambat implementasi strategi promosi melalui media sosial instagram pada Khoyiir Store Tulungagung?
3. Bagaimana dampak yang muncul dengan adanya implementasi strategi promosi melalui media sosial instagram pada Khoyiir Store Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Dari beberapa uraian rumusan masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi strategi promosi melalui media sosial instagram pada Khoyiir Store Tulungagung.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat implementasi strategi promosi melalui media sosial instagram pada Khoyiir Store Tulungagung.
3. Untuk mengetahui dampak yang muncul dengan adanya implementasi strategi promosi melalui media sosial instagram pada Khoyiir Store Tulungagung.

D. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah mengenai cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasan terarah dengan tujuan yang di capai yaitu menjadi batasan masalah ini adalah Strategi Promosi, Media Sosial, Khoyiir Store Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas maka manfaat penelitian yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan dan sumbangan ilmu pengetahuan yang lebih luas lagi terutama mengenai penerapan implementasi strategi promosi melalui media sosial pada penjualan semua jenis produk barang maupun jasa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi akademik

Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian dapat menjadi dokumentasi akademik dan menambah wawasan serta pengetahuan terutama bagi mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah.

- b. Bagi Lembaga

Unk menambah wawasan serta sebagai bahan masukan untuk perbaikan sistem penjualan oleh Khoyiir Store Tulungagung

terutama dalam implementasi strategi promosi melalui media sosial.

c. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan sebagai acuan, rujukan, atau referensi bagi peneliti selanjutnya dengan menggunakan tema yang sama.

F. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami judul “**Implementasi Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada Khoyiir Store Tulungagung)**”. Maka penulis memberikan penegasan dan penjelasan sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Strategi Promosi

Strategi merupakan rencana jangka Panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.⁸ Dalam sebuah promosi juga perlu adanya sebuah strategi agar sebuah produk diterima dan dibeli oleh pasar serta meningkatkan target pasar.

b. Media Sosial

Media sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan orang-orang dari berbagai belahan dunia untuk saling komunikasi dan

⁸ Eddy Yunus, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: ANDI, 2016), hlm. 11

berbagi informasi.⁹ Media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat besar yang dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat, serta media sosial berdampak pula pada promosi bisnis yang efektif sehingga dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas.

c. Khoyiir Store Tulungagung

Khoyiir Store Tulungagung berlokasi di Jl. Raya Gondang, Dusun Krajan, Desa Bendungan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung. Khoyiir Store merupakan gerai ritel yang menjual berbagai macam aksesoris, produk kecantikan, berbagai macam peralatan sekolah, serta jasa pengetikan.

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi bauran promosi melalui media sosial instagram pada Khoyiir Store Tulungagung.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan skripsi dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Bagian awal, terdiri dari halaman sampul luar, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.
2. Bagian Utama (inti), terdiri dari enam bab dan masing-masing bab memiliki penjabaran masing-masing, yaitu :

⁹ Fabian Candra, *Social Media Marketing*, (Yogyakarta: DIVA Press, 2021), hlm. 15

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari : (a) landasan teoritis (b) penelitian terdahulu (c) kerangka konseptual.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari : (a) landasan teoritis (b) penelitian terdahulu (c) kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, dan (h) tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi (a) uraian tentang paparan data yang berkaitan dengan informasi yang menggambarkan tempat penelitian, (b) temuan penelitian yang disajikan sesuai dengan fokus penelitian dan hasil analisis data, (c) hasil analisis data merupakan kesimpulan dari temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bagian pembahasan, memuat keterkaitan antara posisi temuan penelitian atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan.

BAB VI PENUTUP

Didalamnya memuat (a) kesimpulan, dan (b) saran.

3. Bagian akhir dalam proposal ini akan memuat tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran yang diperlukan untuk meningkatkan validitas isi proposal , surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.