

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern seperti sekarang ini perkembangan teknologi dan informasi begitu cepat tersebar luas hanya dengan perantara media sosial. Pengaruh teknologi menjadikan begitu bergantung akan kehadirannya, terlebih setelah kemunculan internet sehingga dengan mudah memperoleh beragam informasi¹. Kehadiran sosial media sangat penting untuk meningkatkan visibilitas bisnis atau organisasi dalam menjangkau target audiens yang lebih luas, Instagram adalah platform media sosial yang sangat populer di dunia dengan lebih dari 1 miliar pengguna aktif bulanan². Tidak hanya Instagram, Tiktok juga merupakan aplikasi yang memberikan efek special, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna. Aplikasi Tiktok ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya³. Selain Instagram dan Tiktok, Whatsapp juga merupakan aplikasi yang terkenal dan telah banyak dimanfaatkan oleh golongan masyarakat sebagai media komunikasi dalam mengantarkan suatu pesan, banyak masyarakat yang memakai Whatsapp sebab bagi mereka melalui aplikasi ini data yang di sampaikan lebih efisien serta pesan gampang diterima dan dinilai efisien

¹ Ferdianty Augustinah, widayati, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang*, Vol IV, Jurnal Dialektika, 2019, hal 1.

² Dicky Perwira Ompusunggu; Selfi Anggriani Saputri, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Kosmetik HI Makeup di Kota Palangkaraya*, Vol III, Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan, 2023, hal 102.

³ Teddy Rahardi, Irwan Christanto Edy, dkk, *Pemasaran dengan Media Sosial Tik Tok Bagi Kelompok Petani Kopi Lawu Tawamanggu dalam Upaya Meningkatkan Volume penjualan*, IKBP Bukit Pengharapan Tawamanggu.

dalam menunjang proses pemasaran⁴. Di masa Sekarang ini penjualan melalui *offline store* banyak yang sepi dikarenakan sekarang jaman serba modern sehingga banyak masyarakat yang berbelanja melalui *marketplace online*, maka dari itu pemasaran produk yang paling efektif digunakan dalam kondisi sekarang ini ialah mempromosikan produk melalui media sosial, karena media sosial merupakan sarana yang digunakan orang – orang untuk berinteraksi satu sama lain dan juga dapat bertukar informasi, yang mana sosial media merupakan salah satu sarana komunikasi dan informasi yang melekat di masyarakat luas. Dengan adanya media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan WhatsApp sebagai platform bagi para pengusaha untuk mempromosikan produknya hingga dapat dikenal lebih banyak orang.

Berkaitan tentang penggunaan Instagram dalam hal berbisnis, Instagram dapat memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis untuk memasarkan dan mempromosikan produknya melalui internet. Sosial media Instagram dapat memberi kemudahan kepada kedua belah pihak, pasar bisnis di Indonesia saat ini sangat diuntungkan dengan kehadiran sosial media Instagram, sebagai dampak dari kemajuan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat. Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video. Dengan kemudahan penggunaannya, aplikasi ini diminati oleh berbagai kalangan, baik untuk berbagi informasi terkait aktivitas sehari-hari maupun untuk

⁴ Febriyanti, Skripsi: *Strategi Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dan WhatsApp Sebagai Media Promosi Pada Waroeng Cak Dhuro di Kabupaten Sumenep*, (Universitas Wiraraja Madura, 2022), hal 4.

bisnis. Dalam membangun produk atau jasa dalam perusahaan hal yang paling utama untuk dilakukan adalah promosi⁵.

TikTok merupakan sebuah aplikasi dimana penggunanya dapat berbagi video dengan durasi pendek, TikTok kini memiliki manfaat lebih dari itu bahkan bisa buat branding, promosi dan pemasaran sebuah produk, palagi pada saat ini TikTok banyak diminati dan digemari oleh banyak kalangan⁶. WhatsApp menjadi platform media sosial chatting yang digemari oleh para pengguna smartphone saat ini. Kelebihan WhatsApp yaitu: mudah digunakan oleh siapapun termasuk anak-anak dan orang tua; sinkronisasi kontak secara otomatis; dapat menghubungi orang di seluruh dunia; memiliki fitur *Back Up Chat* dimana pengguna tidak akan kehilangan riwayat pesan; dan mempunyai fitur *Stories* seperti media sosial Instagram dan Facebook. Saat ini bahkan terdapat platform WhatsApp Web yang bisa diakses melalui PC (Perangkat Computer) dan WhatsApp Business yang diperuntukkan bagi para pelaku usaha⁷.

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan dengan masyarakat luas dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/jasa/merek/perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut⁸. Promosi yang saat ini sering

⁵ Nur Azizah Istiqomah, *Motif Penggunaan Instagram Barika Boutique Sebagai Media Promosi*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022), hal 10.

⁶ Andina Dwijayanti, Rita Komalasari, dkk, *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital*, Vol VI, Jurnal IKRATH-ABDIMAS, 2023, hal 71.

⁷ Asye Rachmawaty, *Oprimasi Media Sosil Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar*, Vol VIII, Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 2021, hal 35.

⁸ Muh. Nur Eli Brahim, *Akutansi dan Keuangan Lembaga*, (Yogyakarta, Penerbit Andi, 2021), hal 65.

digunakan oleh para pelaku usaha adalah dengan menggunakan media sosial, karena dengan itu dapat menjangkau konsumen lebih luas, serta juga dapat meningkatkan penjualan produk.

Dunia bisnis di Indonesia saat ini mulai beragam misalnya bisnis usaha rumahan Pawon Ibuk Tulungagung, yang merupakan bisnis baru yang unik dan menjadi trend saat ini. Pawon Ibuk Tulungagung merupakan usaha rumahan yang bergerak dibidang kuliner khususnya pembuatan roti, di Pawon Ibuk Tulungagung menyediakan berbagai macam roti diantaranya adalah cake brownies, blackforest, fudgy brownies, bolen pisang, banana milk crispy, bento cake, dan juga ada custom cake. Meskipun Pawon Ibuk Tulungagung termasuk usaha yang baru berdiri, tetapi kualitasnya dapat diterima oleh masyarakat luas, hal ini tidak lepas dari pemasaran produk yang dilakukan pada sosial media khususnya Instagram dan Whatsapp, di platform tersebut owner dari Pawon Ibuk Tulungagung dapat mempromosikan produknya melalui postingan Instagram maupun story Instagram yang mana dengan postingan tersebut para pelanggan maupun konsumen dapat melihat produk yang ditawarkan. Tidak hanya Pawon Ibuk Tulungagung saja MommaFood juga termasuk bisnis yang baru, MommaFood termasuk bisnis yang bergerak dibidang kuliner menu yang ditawarkan diantaranya ada mille crepes, berbagai macam mochi mulai dari mochi daifuku, mochi ice cream, dan mochi bites, selanjutnya juga ada sando sandwich, dan salad buah. MommaFood juga melakukan pemasaran produk melalui media sosial, khususnya Instagram, TikTok, dan Whatsapp.

Dengan adanya sosial media dapat menguntungkan bagi para pelaku usaha. Keuntungan dalam menggunakan sosial media sebagai alat marketing diantaranya adalah: menyediakan ruang yang tidak hanya untuk memasarkan produk atau jasa kepada pelanggan namun juga untuk mendengarkan keluhan dan saran dari pelanggan, mempermudah dalam mengidentifikasi berbagai kelompok atau pengaruh antara berbagai kelompok, yang dapat menjadi pemberi informasi tentang merek dan dapat membantu dalam pertumbuhan merek, biaya yang rendah karena Sebagian besar situs jejaring sosial gratis⁹.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahmad Muhyidin dan Suparjo Adi Suwarno pada tahun 2023, dengan judul *Utilisasi Media Sosial Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan UMKM Batu Bata Barokah di Desa Sumberpakem Kec. Sumberjambe Tahun 2023*.¹⁰ Pada penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Muhyidin dan Suparjo Adi Suwarno tersebut menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial sebagai alat promosi memiliki dampak positif dalam meningkatkan volume penjualan UMKM. Melalui promosi yang efektif di berbagai platform media sosial dapat meningkatkan eksposur produk mereka dan akhirnya meningkatkan profitabilitas. Penelitian tersebut berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan yakni mengenai penggunaan media sosial sebagai media mempromosikan produk untuk meningkatkan penjualan.

⁹ Reni Ria Armayani, Lisa Chintiya Tambunan, dkk, *Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online*, Vol V, Jurnal Pendidikan Tambusai, 2021, hal 8922.

¹⁰ Ahmad Muhyidin dan Suparjo Adi Suwarno, *Utilisasi Media Sosial Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan UMKM Batu Bata Barokah di Desa Sumberpakem Kec. Sumberjambe Tahun 2023*, Vol VI, Jurnal Kajian Ekonomi Syariah, 2024, hal 23.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Alva Zikri Aldyza, Rahmat Saleh, dan Zakirah Azman pada tahun 2021 yang berjudul *Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @baksopaknu)*.¹¹ Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alva Zikri Aldyza, dkk ialah Pemanfaatan media Instagram sebagai upaya peningkatan penjualan yang telah dilakukan oleh Bakso Paknu sudah sangat tepat dan sangat efektif. Instagram saat ini menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dan banyak orang dapat mudah mengaksesnya. Pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Bakso Paknu dengan membuat konten-konten yang menarik seperti teka-teki, paket bundling, jenis bakso yang ditawarkan, giveaway, serta voucher makan, disertai dengan caption yang menarik agar masyarakat tertarik untuk mengunjungi dan mengonsumsi Bakso Paknu. Penelitian tersebut juga berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terkait pemanfaatan media sosial sebagai media promosi agar dapat menarik minat beli konsumen sehingga volume penjualan dapat meningkat.

Dalam proses penelitian di Pawon Ibuk Tulungagung dan MommaFood Tulungagung peneliti menemukan permasalahan yaitu apakah dengan melakukan promosi melalui sosial media (Instagram, TikTok, dan Whatsapp) dapat meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka peneliti

¹¹ Alva Zikri Aldyza, Rahmat Saleh, dan Zakirah Azman, *Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @baksopaknu)*, Vol VI, Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 2021.

tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pawon Ibuk Tulungagung dan MommaFood Tulungagung**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang maka dapat dipaparkan rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai media promosi pada Pawon Ibuk Tulungagung dan MommaFood Tulungagung?
2. Apakah dengan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dapat meningkatkan volume penjualan pada Pawon Ibuk Tulungagung dan MommaFood Tulungagung?
3. Bagaimana solusi yang diterapkan oleh Pawon Ibuk Tulungagung dan MommaFood Tulungagung untuk mengatasi kendala dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi untuk meningkatkan volume penjualan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi pada Pawon Ibuk Tulungagung dan MommaFood Tulungagung.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi untuk meningkatkan volume penjualan pada Pawon Ibuk Tulungagung dan MommaFood Tulungagung.

3. Untuk mengetahui dan menjelaskan solusi yang diterapkan oleh Pawon Ibuk Tulungagung dan MommaFood Tulungagung untuk mengatasi kendala dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi untuk meningkatkan volume penjualan.

D. Batasan Masalah

Sebagaimana sesuai judul yang telah diajukan, pada penelitian ini peneliti hanya melakukan penelitian di Pawon Ibuk Tulungagung dan MommaFood Tulungagung, supaya pembahasan lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai maka penelitian ini dibatasi hanya pada pemanfaatan sosial media sebagai media promosi untuk meningkatkan volume penjualan pada Pawon Ibuk Tulungagung dan MommaFood Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman serta untuk bahan penelitian khususnya yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan dan juga dapat dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a) Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi kinerja dalam

menjalankan usaha dan memberikan motivasi atau inovasi Pawon Ibuk Tulungagung dan MommaFood Tulungagung untuk lebih meningkatkan promosi melalui media sosial sehingga dapat menjangkau lebih banyak konsumen lagi.

b) Untuk akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media untuk memberikan informasi yang bermanfaat sekaligus dapat dijadikan bahan kajian dan masukan untuk peneliti selanjutnya.

c) Untuk peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan serta memperluas basis pengetahuan khususnya terkait pemanfaatan Instagram sebagai media promosi, dan juga penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

F. Definisi Istilah

Untuk memudahkan memahami judul “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pawon Ibuk Tulungagung dan MommaFood Tulungagung”. Maka peneliti memberi penegasan dan penejelasan sebagai berikut:

1. Definsi Konseptual

a. Media Promosi

Media Promosi adalah segala bentuk alat, media, atau aktivitas yang digunakan untuk mempromosikan serta

mengomunikasikan isi pesan terkait produk. Bisa juga diartikan bahwa media promosi adalah media yang dipakai untuk memperkenalkan produk kepada target konsumen¹².

b. Media Sosial

Media sosial merupakan basis digital yang memudahkan pemakainnya untuk saling bersosial, baik itu berinteraksi ataupun membagikan konten berupa catatan, gambar serta video, seluruh konten yang dibagikan itu akan terbuka untuk masyarakat dengan cara realtime¹³.

c. Instagram

Instagram adalah aplikasi barbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna memotret, menambahkan filter, dan mempublikasikannya di situs jejaring sosial¹⁴.

d. TikTok

Aplikasi TikTok merupakan media sosial yang hampir semua orang telah menggunakannya, aplikasi ini bukan hanya sebagai media hiburan semata tetapi sudah banyak orang dikalangan UMKM menggunakan aplikasi ini sebagai media

¹² Vanya Karunia Mulia Putri, *Media Promosi: Definisi dan Jenis-Jenisnya*, <https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/31/110000969/media-promosi--definisi-dan-jenis-jenisnya?page=all>, diakses pada tanggal 13 November 2023, pukul 13.55.

¹³ Febi Fatlika Nurussufiah, Ummul Karimah, dkk, *Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online di Era Globalisasi*, Vol I, Development, 2022, hal 132.

¹⁴ Devi Elyana Febriyati; Syamsul Arifin, *Analisis Strategi Pemasaran Secara Online Melalui Tiktok dan Instagram Terhadap Volume penjualan Skincare Justmine Beauty Pada Agen Yuyun di Lamongan*, Vol I, Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akutansi, 2023, hal 346.

promosi untuk memperkenalkan produknya berupa video yang menarik¹⁵.

e. Whatsapp

Whatsapp adalah salah satu aplikasi pesan instan yang paling populer di dunia, aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, gambar, dan video ke pengguna lain yang memiliki aplikasi whatsapp, pengguna juga dapat membuat grup chat, panggilan suara dan video, serta berbagi file ke pengguna lain¹⁶.

f. Volume Penjualan

Volume penjualan adalah pendapatan yang dihasilkan dengan menjual produk yang diproduksi oleh perusahaan¹⁷.

2. Definisi Operasional

Maksud dari “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pawon Ibu Tulungagung dan MommaFood Tulungagung” yaitu meneliti sebuah usaha yang menerapkan strategi promosi secara online melalui media sosial (Instagram, TikTok, Whatsapp) yang merupakan jejaring sosial untuk memudahkan pelaku usaha untuk melakukan kegiatan promosi yang kreatif dan inovatif guna untuk meningkatkan volume penjualan.

¹⁵ Nur Afifah, Muhammad Hasan, dkk, Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar, Vol VIII, Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya 2022, hal 1263.

¹⁶ Anindyaa, *Apa itu WhatsApp? Pengertian, Sejarah, Fungsi dan Kelebihan*, <https://idmetafora.com/news/read/3036/Apa-itu-WhatsApp-Pengertian-Sejarah-Fungsi-dan-Kelebihan.html>, Diakses Pada Tanggal 1 Desember 2023 pukul 14.35.

¹⁷ Nurul Latifah, *Saluran Distribusi dan Daya Beli Masyarakat Terhadap Volume Penjualan*, Vol IV, Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi, 2022, hal 248.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi dilakukan dengan sistematika yang sedemikian rupa untuk memudahkan pemahaman serta pemfokusan sasaran, oleh karena itu penulis melakukan penulisan skripsi dengan sistem susunan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

BAB I memaparkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, definisi istilah.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

BAB II memaparkan landasan teoritis, penelitian terdahulu, kerangka konseptual.

BAB III: METODE PENELITIAN

BAB III memaparkan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

BAB IV memaparkan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data. Paparan data tersebut diperoleh melalui pengamatan (apa yang terjadi di lapangan), dan atau hasil wawancara (apa yang dikatakan oleh informan). Temuan penelitian disajikan dalam bentuk pola, tema, kecenderungan, dan motif yang muncul dari data.

BAB V: PEMBAHASAN

BAB V memaparkan keterkaitan antara pola- pola, temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta intepretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan (*grounded theory*).

BAB VI: PENUTUP

BAB VI memaparkan kesimpulan dan saran. Serta bagian akhir terdiri dari daftar Pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar Riwayat hidup.