**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Perkembangan bisnis secara online di Indonesia sekarang sangat pesat, salah satunya dengan melakukan belanja secara online. Belanja online atau ecommerce merupakan salah satu cara berbelanja melalui alat komunikasi elektronik atau jejaring sosial yang digunakan dalam transaksi jual beli, di mana pembeli tidak perlu susah payah datang ke toko untuk melihat dan membeli apa yang mereka cari, hanya tinggal melihat barang yang diinginkan melalui internet kemudian memesan barang sesuai pilihan dan mentransfer uangnya dan kemudian barang tersebut akan dikirim oleh toko online tersebut kerumah (Nusarika dan Purnami, 2015).

Lembaga riset asal Inggris, [**Merchant Machine**](https://merchantmachine.co.uk/saturated-sectors/), merilis daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan [**e-commerce**](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/24/indonesia-peringkat-pertama-adopsi-ekonomi-digital)tercepat di dunia. Indonesia memimpin jajaran negara-negara tersebut dengan pertumbuhan 78% pada 2019. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan *e-commerce*. Rata-rata uang yang dibelanjakan masyarakat Indonesia di situs belanja daring mencapai US$ 228 per orang atau sekitar Rp 3,19 juta per orang. Sekitar 17,7% responden membelanjakan uangnya untuk membeli tiket pesawat dan memesan hotel secara daring. Sebanyak 11,9% responden membelanjakan uangnya untuk produk pakaian dan alas kaki. Adapun kategori terpopuler ketiga adalah produk kesehatan dan kecantikan yang dipilih oleh 10% responden. Dengan fakta tersebut banyak brand lokal memanfaatkan media sosial untuk menawarkan produknya salah satu nya yaitu Brand Tuf Shoes.

 Berdiri sejak 2010, Tuf memfokuskan untuk membuat produk alas kaki berupa sandal dan sepatu. Tuf terus berinovasi dalam pembuatan produknya. Penggunaan bahan material dengan kualitas baik dipadukan dengan tangan terampil pengrajin lokal terbaik membuat Tuf pilihan tepat untuk anak muda.

Produk sepatu yang dibuat pun memberikan kenyamanan di kaki dengan ketahanan yang berani diadu. Sandal dibuat dengan berbagai varian memberikan berbagai macam pilihan sandal yang cocok untuk dipakai kegiatan sehari hari atau menemani bepergian.Tuf. Shoes juga akhirnya sepakat untuk membangun store di jalan Srimahi Dalam 1 No. 4, Bandung Tuf Shoes juga mensupply beberapa barangnya ke beberapa distro yang ada di Bandung

Perkembangan media sosial memberikan implikasi yang cukup besar pada pemasaran khususnya promosi. Instagram salah satu media sosial yang banyak diminati juga dengan menjadi salah satu cara memaksimalkan penjualan. Instagram sebagai alat promosi yang sangat berkembang. Hal tersebut pula yang menjadi salah satu cara promosi yang effektif. Instagram memanfaatkan populatitas dan jumlah pengguna untuk menarik pembuat produk, penjual untuk memasarkan dan mempromosikan produk melalui jejaring media sosial ini.

Penjualan melalui media soasial instagram membutuhkan berbagai cara promosi agar produk yang akan dijual atau dipasarkan terlihat lebih menarik dan pada akhirnya produk yang dipasarkan laku. Adanya penjualan melalui media sosial instagramini Tuf Shoesharus melakukan beberapa cara dalam melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial instagram itu sendiri agar menghasilkan sebuah tujuan yang diinginkan.

Instagram menjadikan salah satu cara agar produk Tuf Shoes ini dapat menarik orang banyak selain itu dapat menarik para konsumen dengan itu omzet penjualan Tuf Shoes akan semakin meningkat. Meski begitu Tuf Shoes sudah memiliki pelanggan yang banyak tetapi konsumen dapat membeli produk secara langsung di Tuf Shoes store yang terletak di Jl Srimahi Dalam 1 No 4 Bandung selain itu produk Tuf Shoes bisa di dapatkan di beberapa distro reseller Tak lantas Tuf Shoes tetap mencoba melakukan penjualan secara online seperti instagram , *Line*, dan *Whatsapp.*

Promosi yang dilakukan oleh Tuf Shoes menggunakan satu akun instagram dengan memberikan informasi yang sangat lengkap di setiap postingan produk – produk Tuf Shoes selain menggunakan akun instagram Tuf Shoes juga melayani setiap penjualan melalui line atau whatsapp dengan begitu konsumen Tuf Shoes akan lebih mudah berinteraksi atau sekedar bertanya tentang produk” Tuf Shoes yang masih tersedia

Promosi melalui media sosial instagram sangatlah efektif karena masyarakat pada saat ini paling banyak menggunakan media sosial instagram ketimbang media konvensional. Berbagai strategi yang dilakukan dalam melakukan promosi *tuf shoes* ini membuat konten tampilan instagram dengan konsisten dalam tema kontennya,selain tampilan konten yang konsisten *tuf shoes* juga menggunakan model-model yang menarik perhatian salah satunya oleh model asing/bule, menguplode video yang berisikan tentang produk dari *tuf shoes* dengan membuat video yang sangat menarik, ketika ada diskon *tuf shoes* selalu memberikan informasi dengan menguplode pamplet pemberitahuan semenarik mungkin agar konsumen tertarik. Selain itu isi pesan melalui promosi yang sangat menarik dapat meningkatkan minat konsemen dalam penjualan.

Promosi yang dibuat oleh perusahaan memiliki khas masing-masing dengan keunikan yang berbeda-beda tetapi tetap pada satu tujuan agar meningkatkan citra perusahaan. Dengan adanya promosi yang sudah dilakukan agar meningkatkan penjualan dan dapat meningkatkan minat konsumen yang dapat menaikan omzet dari clothing *Tuf shoes* itu sendiri. Dan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Strategi-strategi yang sudah dibuat oleh *Tuf shoes* ini tak lantas atas suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan yang di inginkan. Strategi yang sudah dilakukan itu taklantas dari suatu tujuan yang sama yang dapat menghasilkan suatu kepuasan tersendiri.

Perkembangan jaman saat ini untuk mewujudkan suatu strategi promosi melalui media sosial instagram dapat dilakukan dengan cepat,tepat dan mendapatkan hasil yang memuaskan dengan tidak perlu memerlukan biaya yang sangat besar,

Mendukung dalam kesuksesan perusahaan dalam melakukan starategi promosi melauai media sosial instagram yang baik karena bisa berdampak pada kesuksesan pemasaran yang dijalankan dalam dalam keadaan pesaingan di era informasi yang semakin melambung tinggi. Hal ini banyak perusahaan berusaha keras untuk tetap bertahan didunia bisnis. Untuk itu diperlukan suatu startegi promosi yang mengarah pada suatu penyampaian pesan yang yang efektif dan tepat sasaran. Sehingga menjadikan perusahaan tidak ditinggalkan oleh konsumenya begitu pula halnya dengan brand *tuf shoes* memiliki strategi promosi dalam meningkatkan minat konsumen dan meningkatkan penjualan *tuf shoes*.

Masyarakat adalah sekelompok yang langsung atau secara potensi bekepentingan atau berdampak pada kemampuan perusahaan mencapai tujuan. *Public relations,* mencakup berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan produk-produk.

Berdasarkan latar belakang diatas memberikan suatu insprasi kepada peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PROMOSI BRAND *TUF SHOES* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM“**

* 1. **Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan kontek penelitian di atas maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah “ STRATEGI PROMOSI PADA BRAND TUF SHOES MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM "

**1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti akan menyusun pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana *product* yang dijual oleh *Tuf Shoes* Bandung ?

2. Bagaimana *price* yang ditawarkan Tuf ShoesBandung?

3. Bagaimana *place* di *Tuf Shoes* Bandung ?

4. Bagaimana *promotion* yang dilakukan oleh *Tuf Shoes* Bandung melalui media sosial instagram ?

S

* 1. **Tujuan dan Kegunaan Penlitian**
     1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka peneliti mempunai tujuan yang ingin dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui *product* yang dijual oleh *Brand Tuf Shoes* bandung ?
2. Untuk mengetahui *Price* di *Brand Tuf Shoes* Bandung
3. Untuk mengetahui *Place* di *Brand Tuf Shoes* Bandung
4. Untuk mengetahui *Promotion* Yng dilakukan oleh *Brand Tuf Shoes* Bandung melalui media sosial Instagram ?

**1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan praktis, kegunaan akademik dan kegunaan teoritis, yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi

1.Kegunaan praktis

Bagi peneliti hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang *public relations* terutama mengenai Strategi promosi pada *brand tuf shoes* melalui media sosial Instagram. Lalu peneliti juga ingin mengetahui bagaimana cara promosi yang efektif jika menggunakan media sosial khusunya Instagram

2. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian mengenai strategi promosi pada *brand tuf shoes* ini diharapkan bagi perguruan tinggi dapat menjadi dokumen dan dapat dijadiakan acuan bagi aktivis akademis. Dalam penulisan penelitian yang mengambil studi kualitatif srategi promosi.

3. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, menambah pengetahuan dan pengalaman, serta menambah wawasan tentang aplikasi teori-teori dalam komunikasi yang peneliti dapat selama kuliah khususnya dalam meneliti tentang startegi promosi.