

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara konsumen mencari, memilih, dan membeli produk. Internet, dan khususnya media sosial, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari banyak orang. Konsumen saat ini cenderung menggunakan platform online untuk mencari informasi produk, membaca ulasan, dan bahkan melakukan pembelian. Kemajuan teknologi ini membuat banyak kemudahan serta kenyamanan pada kehidupan manusia, semua berita mudah didapatkan dimana saja dan kapan saja. Pemanfaatan teknologi di era digital ini bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan akan informasi saja tetapi juga kebutuhan manusia akan kehidupan sehari-harinya..

Media sosial adalah suatu platform media yang lebih memfokuskan pada eksistensi berbagai pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun saat mereka melakukan kolaborasi, Dengan begitu media sosial dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Media sosial yang sering digunakan antara lain : Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok dan masih banyak lainnya. Media sosial ini tidak hanya digunakan oleh perorangan, tetapi banyak perusahaan juga menggunakan media sosial sebagai media promosi produk ataupun sebagai *customer service* untuk para konsumennya, Dengan

adanya media sosial ini tentu sangat membantu banyak orang dalam menjalankan aktivitasnya.

Pada era saat ini penggunaan media sosial memiliki tujuan yang beragam. Dapat digunakan untuk mengabadikan momen-moment tertentu, mencari informasi, berbagi pengalaman pribadi, mempromosikan usaha dan lain sebagainya. Media sosial digunakan pengguna untuk menghubungkan antar pengguna yang satu dengan yang lainnya, serta mengetahui berbagai macam hal yang ingin dicari. Promosi melalui media sosial dalam meningkatkan kesadaran pembelian dan terbentuknya pemasaran dari mulut kemulut membuat media sosial dipergunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah bentuk pemilihan dan minat untuk membeli merek yang paling disukai diantara sejumlah merek yang berbeda.

Salah satu platform media sosial yang digunakan untuk melakukan promosi adalah instagram. Menurut *We Are Social*, jumlah pengguna instagram global mencapai 1,6 miliar pada juli 2023. Indonesia menjadi yang terbanyak keempat di dunia dengan jumlah sekitar 103,3 juta pengguna. Instagram didirikan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom. Akan tetapi tepat pada dua tahun sejak perilisannya, Facebook mengambil alih manajemen Instagram. Dan setelah empat tahun berlalu atau tepatnya di tahun 2016 silam, logo resmi Instagram juga diubah dengan menampilkan konsep yang lebih menarik, elegan, dan gaya seperti yang dilihat sampai saat ini.

Toko buah fresh fruit menargetkan segmentasi pasar utama berupa konsumen dewasa, yaitu kelompok usia 20-30 tahun. Kelompok ini dipilih karena memiliki kebutuhan dan preferensi tinggi terhadap buah-buahan segar untuk mendukung gaya hidup sehat dan aktif. Kelompok ini aktif di media sosial, membuat promosi online di instagram sangat efektif dalam menarik perhatian mereka.

Selain itu, kemudahan dalam mengakses Instagram serta mengaplikan media sosial menjadi salah satu faktor yang menyebabkan situs jejaring sosial digemari oleh masyarakat. Peluang untuk memasarkan produk-produk melalui instagram menjadi cukup tinggi. Oleh karena itu, instagram dapat menjadi media promosi yang sangat mudah dan murah karena dapat menjangkau pasar hingga seluruh dunia. Kegiatan promosi perusahaan yang dapat menguasai pasar suatu produk tertentu pada akhirnya akan meningkatkan penjualan. Penjualan tidak akan terlaksana sesuai dengan yang diharapkan jika tidak dijalankan bersama dengan komunikasi yang efektif dengan konsumen. Dalam hal ini jelas terlihat pentingnya promosi dalam meningkatkan penjualan produk suatu perusahaan.

Promosi online adalah kegiatan yang dilakukan oleh pihak perusahaan menggunakan media online internet dalam menawarkan produk atau jasa, sehingga tidak terjadi tatap muka langsung antar pembeli dan penjual. Promosi media sosial merupakan promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang dilakukan secara online melalui jaringan internet antara perusahaan dengan konsumennya tanpa

ada batasan bagi konsumen untuk mencari informasi mengenai perusahaan yang dituju ataupun berbagi informasi antara sesama pengguna media sosial. Perkembangan teknologi memberikan peluang bagi para pelaku bisnis, namun juga memberikan tantangan bagi perusahaan. Perusahaan harus mampu bersaing dengan menerapkan teknologi ini ke dalam perusahaannya. Penggunaan instagram sebagai media promosi dapat menekan biaya promosi. Selain itu, konsumen dapat melakukannya dimanapun dan kapanpun dibanding harus pergi ke toko langsung akan mempengaruhi minat beli konsumen. Dengan menggunakan instagram sebagai media promosi online diharapkan dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Penjualan adalah kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak dan transaksi. Penjualan adalah kegiatan yang dilakukan oleh setiap perusahaan untuk memasarkan produk ke para konsumen. Penjualan ini akan sangat membantu perusahaan karena akan memperoleh laba yang menguntungkan perusahaan. Penjualan juga merupakan tujuan utama dari suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan memiliki berbagai macam strategi untuk meningkatkan volume penjualan produk mereka.

Namun, jika dicermati lebih dalam perusahaan dapat meningkatkan penjualan dengan promosi menggunakan media yang tepat yakni promosi online melalui media sosial untuk memaksimalkan laba dengan anggaran

yang ada. Mengingat jumlah pengguna internet semakin meningkat, pemasaran online akan memiliki masa depan yang cerah.

Salah satu bisnis yang turut mengadopsi tren ini adalah toko buah. Toko buah tradisional yang biasanya mengandalkan promosi konvensional, seperti spanduk dan brosur, kini semakin beralih ke platform online untuk mencapai lebih banyak pelanggan potensial. Hal ini terutama di dorong oleh perubahan perilaku konsumen yang cenderung mencari informasi produk dan penawaran melalui internet sebelum melakukan pembelian.

Salah satu usaha yang mulai bergerak untuk melakukan promosi online yaitu, Toko Buah Fresh Fruit yang berlokasi di Jalan Hj. Gofur Kp. Rawa Tengah Rt 1 Rw 7 Desa Tanimulya, Kecamatan Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40552. Toko Buah Fresh Fruit ini telah berdiri sejak akhir tahun 2022, Toko Buah Fresh Fruit menjual berbagai macam buah-buahan seperti anggur, apel, jeruk, buah naga, semangka dan sebagainya. Berbagai cara dilakukan untuk menjual dan mempromosikan produknya. Toko buah fresh fruit memiliki media sosial instagram pada awal bulan juni 2023. Pada instagram Toko Buah Fresh Fruit berisikan bio tentang apa saja yang di jual dan cara menghubungi Toko Buah Fresh Fruit. Berikut ini merupakan tampilan dari media sosial Instagram Toko Buah Fresh Fruit.



**Gambar 1. 1 Instagram Toko Buah Fresh Fruit**

Di tengah kesibukan masyarakat modern, kebutuhan akan buah-buahan segar semakin meningkat. Hal ini membuka peluang bagi toko buah untuk berkembang dan meningkatkan penjualannya. Pemasaran yang Awalnya dilakukan dengan cara konvensional harus ditingkatkan ke cara yang lebih moderen yaitu menggunakan media sosial untuk melakukan promosi online dan memasarkan produk untuk menarik pelanggan dari luar lingkungan. Hal ini di karenakan kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh Toko Buah Fresh Fruit adalah bagaimana memanfaatkan potensi promosi online untuk meningkatkan penjualan. Dalam era digital ini, persaingan di platform dan media online

semakin sengit, dan Fresh Fruit perlu memahami dengan baik bagaimana cara memanfaatkan strategi promosi online yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada toko buah fresh fruit diketahui data penjualannya sebagai berikut :

**Tabel 1. 1 Data penjualan toko buah melalui instagram pada periode Juli 2023 – November 2023**

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Target Penjualan</b>	<b>Volume Penjualan</b>	<b>Pendapatan (Rp)</b>
1	Juli	55	50	3.750.000
2	Agustus	65	69	5.175.000
3	September	85	95	7.125.000
4	Oktober	90	84	6.300.000
5	November	95	80	5.900.000

**Sumber : Toko Buah Fresh Fruit, 2023**

Dilihat dari tabel 1 diatas dapat dijelaskan bahwa penjualan secara online melalui media instagram pada periode bulan Juli 2023 – November 2023 mengalami ketidak stabilan. Pada bulan Agustus dan September, Volume penjualan mengalami kenaikan hingga melampaui target. Namun, pada bulan Juli, Oktober, dan November, volume penjualan mengalami penurunan sehingga tidak mencapai target yang ditetapkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada toko buah fresh fruit diketahui terdapat permasalahan pada indikator volume penjualan khususnya yang berhubungan dengan promosi :

1. Promosi merupakan semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi. Permasalahan dapat dilihat dari :
  - Kurangnya konten yang inovatif, kreatif dan menarik yang dilakukan Toko Buah Fresh fruit, dan dalam promosi penjualan online di media sosial instagram tidak dilakukan secara rutin dan konsisten menyebabkan volume penjualan Toko Buah Fresh Fruit mengalami penurunan.

Permasalah tersebut di sebabkan oleh :

1. Content Marketing

Konten promosi yang tidak menarik atau monoton dapat membuat calon pelanggan tidak tertarik untuk mengikuti akun media sosial atau melihat promosinya, dan manajemen waktu yang buruk mengakibatkan ketidak konsistenan dalam perencanaan dan penjadwalan yang baik untuk unggahan konten promosi online di media sosial instagram dapat menyebabkan penurunan volume penjualan..

Berdasarkan uraian di atas, dengan melihat banyaknya pengguna media sosial sebagai media promosi, peneliti tertarik untuk mengetahui apakah promosi online melalui media sosial berpengaruh terhadap penjualan oleh



karena itu peneliti mengangkat judul yang bertujuan untuk mengetahui **“PENGARUH PROMOSI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP VOLUME PENJUALAN TOKO BUAH FRESH FRUIT DI KAB. BANDUNG BARAT”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum Toko Buah Fresh Fruit di Kab. Bandung Barat?
2. Bagaimana kondisi pelaksanaan promosi online melalui media sosial instagram dan volume penjualan pada Toko Buah Fresh Fruit di Kab. Bandung Barat?
3. Bagaimana pengaruh promosi online melalui media sosial instagram terhadap volume penjualan Toko Buah Fresh Fruit di Kab. Bandung Barat?
4. Apa hambatan dan upaya yang dilakukan dalam pelaksanaan promosi online melalui media sosial instagram pada Toko Buah Fresh Fruit di Kab. Bandung Barat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka secara umum tujuan penelitian ini untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

1. Untuk mengetahui Bagaimana gambaran umum Toko Buah Fresh Fruit di Kab. Bandung Barat
2. Untuk mengetahui Bagaimana kondisi pelaksanaan promosi online melalui media sosial instagram dan volume penjualan pada Toko Buah Fresh Fruit di Kab. Bandung Barat
3. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh promosi online melalui media sosial instagram terhadap volume penjualan Toko Buah Fresh Fruit di Kab. Bandung Barat
4. Untuk mengetahui Apa hambatan dan upaya yang dilakukan dalam pelaksanaan promosi online melalui media sosial instagram pada Toko Buah Fresh Fruit di Kab. Bandung Barat.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **A. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan ilmu untuk memahami teori pemasaran terutama mengenai promosi online terhadap penjualan dan hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak-pihak tertentu khususnya jurusan Administrasi Bisnis Universitas Pasundan.

## B. Secara Praktis

### 1. Bagi Peneliti

Riset ini diharapkan berguna untuk melatih, mempraktikkan, menambah serta menambahkan pemahaman serta ilmu pengetahuan dan lebih paham serta menguasai teori-teori yang didapat sepanjang perkuliahan. Penulis pula mau menambahkan pengetahuan dibidang strategi pemasaran khususnya mengenai promosi online.

### 2. Bagi Pembaca

Peneliti berharap hasil dari penelitian tersebut dapat menambah pengetahuan dan juga wawasan terkait dengan bagai mana pengaruh Promosi Online Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Toko Buah Fresh Fruit di Kab. Badung Barat. Sehingga dapat di jadikan sarana informasi terkait permasalahan tersebut.

### 3. Bagi Pemilik Usaha

Riset ini bisa membagikan masukan/sumbangan pemikiran bagi pengembangan promosi online untuk meningkatkan penjualan toko fresh fruit.

### **1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Toko Buah Fresh Fruit yang berlokasi di Jalan Hj. Gofur Kp. Rawa Tengah Rt 1 Rw 7 Desa Tanimulya, Kecamatan Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40552. Penelitian yang dilakukan pada Toko Buah Fresh Fruit ini berlangsung dalam kurun waktu 6 bulan.

**Tabel 1. 2 Jadwal Penelitian Pada Toko Buah Fresh Fruit Di Kab. Bandung Barat**

No	KETERANGAN	TAHUN 2023-2024																								
		JANUARI				FEBRUARI				MARET				APRIL				MEI				JUNI				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>TAHAP PERSIAPAN</b>																										
1	Penjajakan																									
2	Studi Kepustakaan																									
3	Pengajuan Judul																									
4	Penyusunan Usulan Penelitian																									
5	Seminar Usulan Penelitian																									
<b>TAHAP PENELITIAN</b>																										
1	Pengumpulan Data																									
	a. Dokumentasi																									
	b. Wawancara																									
	c. Observasi																									
2	Pengolahan Data																									
3	Analisis Data																									
<b>TAHAP PENYUSUNAN</b>																										
1	Pembuatan Laporan																									
2	Perbaikan Laporan																									
3	Sidang Skripsi																									
<i>Sumber : Data diolah peneliti tahun 2023</i>																										