

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, mencari profit, dan mencoba memuaskan keinginan para konsumen. Secara umum ada empat input yang selalu digunakan oleh seluruh pelaku bisnis adalah sumber daya manusia, sumber daya alam, modal, entrepreneurship atau yang dikenal dengan bisnis.

**(Shety Sugiarti Lubis et al., 2024)**

Menurut **(Erlangga et al., 2021)** “Digital marketing adalah pemasaran produk melalui media digital yang terhubung dengan internet. Saat ini internet tidak hanya dapat menghubungkan masyarakat dengan media digital, tetapi juga dapat digunakan sebagai penghubung antar konsumen”, Berbagai platform teknologi yang digunakan dalam pemasaran digital meliputi email, situs web, media sosial, televisi, dan beragam perangkat elektronik lainnya. Pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan lebih efisien, dengan cara yang lebih interaktif dan terukur dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan konsumen, tetapi juga memberi perusahaan alat untuk mempersonalisasi pengalaman pelanggan dan menganalisis perilaku mereka secara lebih mendalam.

Pada saat ini di era digital, teknologi berkembang secara cepat, dengan adanya perkembangan teknologi tersebut berdampak terhadap mudahnya

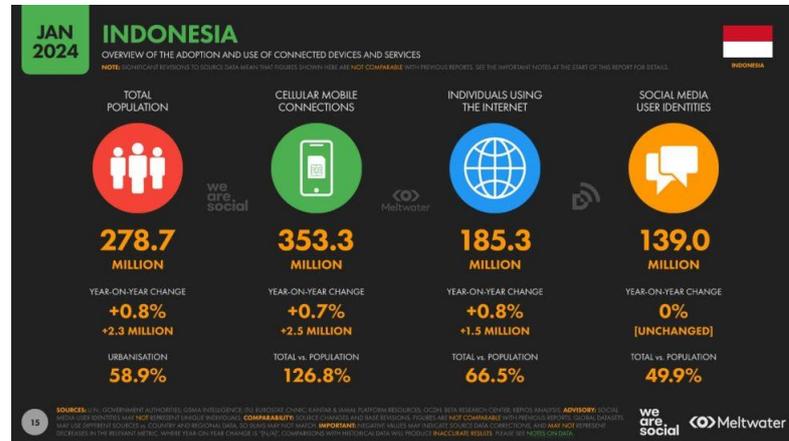
mengakses internet dan juga memiliki smartphone, menurut hasil survei APJII terdapat peningkatan yang signifikan dan terus menerus dari tahun 2017-2024. Hingga di akhir tahun 2024 pengguna internet mencapai hingga 221 juta penduduk di Indonesia.



**Gambar 1.1 Jumlah Penggunaan Internet di Indonesia 2017-2024**

Kemajuan teknologi informasi, yang menyebabkan meningkatnya pengguna internet, telah mengubah cara bisnis berkomunikasi hingga penjualan produk dengan konsumen, terutama dalam sektor bisnis. Salah satu perubahan terbesar telah terjadi pada strategi pemasaran, yaitu alat yang digunakan untuk berkomunikasi dengan calon konsumen menggunakan media sosial. Platform seperti Instagram dan Tiktok menyediakan ruang yang efektif untuk promosi visual, ulasan pelanggan, serta penyampaian informasi mengenai layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan. Sehingga penggunaan internet akan

membuat bisnis semakin dikenal oleh banyak orang karena kemudahannya untuk mengakses internet di zaman ini



**Gambar 1.2 Jumlah Penggunaan Media sosial di Indonesia 2024**

Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi atau memperkenalkan produk atau jasa sebuah Perusahaan sudah dilakukan sejak lama, bisa di lihat di gambar 1.2 jumlah penggunaan media sosial di Indonesia tahun 2024 mencapai 139 juta atau hampir 50% jumlah penduduk di Indonesia yang menggunakan fasilitas internet. Oleh karena itu Perusahaan perlu memaksimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, karena dengan memanfaatkan promosi media sosial sebagai sarana promosi dapat meningkatkan minat beli konsumen, secara umum minat beli merupakan suatu ketertarikan dari individu atau seseorang untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut, rasa ketertarikan tersebut akan datang jika calon konsumen sudah melihat atau mengetahui mengenai informasi yang jelas dari produk atau jasa tersebut

Hotel The Ammeerra merupakan salah satu hotel di Kota Bandung yang memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik dengan memiliki sertifikasi Hotel Bintang 3. Namun, dalam era digital ini Hotel The Ammeerra belum mampu meningkatkan minat berkunjung calon konsumen.

Peneliti melakukan pra survey awal terhadap permasalahan apa yang dihadapi oleh Hotel The Ammeerra kepada 20 responden dari calon pelanggan potensial yaitu mengenai pengaruh promosi media sosial dan minat beli konsumen pada tabel berikut

**Table 1.1 Hasil Pra Survey**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah saudara memiliki ketertarikan untuk menginap di The Ammeerra Hotels?	50%	50%
2	Apakah saudara memiliki keinginan untuk merekomendasikan The Ammeerra Hotels kepada kerabat atau teman terdekat saudara?	40%	60%
3	Apakah saudara memiliki keinginan menjadikan The Ammeerra Hotels sebagai pilihan utama yang akan saudara kunjungi diantara hotel lainnya?	50%	50%
4	Apakah saudara memiliki ketertarikan untuk mencari informasi terbaru dan lebih dalam mengenai The Ammeerra Hotels?	60%	50%

Berdasarkan uraian diatas dapat dinyatakan bahwa Hotel The Ammeerra memiliki permasalahan yaitu kurangnya minat beli atau minat berkunjung diantaranya yaitu di:

1. Minat Preferensial. Minat preferensial merupakan ketertarikan seseorang untuk menjadikan produk atau jasa yang diminati menjadi pilihan yang pertama jadi berdasarkan table di atas mayoritas dari calon konsumen hotel the ammeerra tidak menjadikan hotel the ammeera menjadi pilihan yang utama.
2. Minat Eksploratif Hotel The Ammeerra merupakan hotel dengan jumlah pengikut yang sedikit dibandingkan dengan hotel-hotel lainnya, hal tersebut menandakan bahwa terdapat permasalahan di minat eksploratif, Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat- sifat positif dari produk tersebut, hal tersebut dibuktikan di table 1.2 jumlah pengikut media sosial

**Table 1.2 Jumlah Pengikut Media Sosial**

No	Nama Hotel	Jumlah Pengikut
1	Kytos	8.657
2	V Hotel & Residence	7.369
3	The Ammeerra	2.276

*(Sumber di olah Kembali peneliti tahun 2025)*

Berdasarkan uraian permasalahan diatas peneliti menduga penyebab permasalahan tersebut sebagai berikut:

1. *Context*, Perusahaan belum mampu memberikan bahasa dan isi pesan dalam media sosial dengan menggunakan bahasa yang di pahami oleh calon konsumen. Contohnya konten yang di unggah oleh The Ammeerra menggunakan bahasa asing
2. *Communication*, hotel The Ammeerra belum mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh calon konsumen dan belum mampu memberikan informasi yang menarik dalam unggahan media sosial akun hotel The Ammeerra. Seperti di gambar 1.3 informasi seperti foto-foto fasilitas hotel tersebut terlihat kecil dan tidak jelas untuk dilihat



**Gambar 1.3** keterangan pada unggahan di Instagram Hotel The ammeerra

Dugaan penyebab masalah tersebut dibuktikan di gambar 1.3 keterangan pada unggahan di Instagram hotel the ammeerra, dapat dilihat bahwa unggahan dari

foto nya fasilitas yang informasikan berupa foto kecil sehingga tidak jelas di lihat oleh calon konsumen, selain itu keterangan yang diberikan di unggahan tersebut hanya singkat dan berbahasa asing.

Berdasarkan pernyataan diatas peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai pemanfaatan promosi media sosial yang dilakukan oleh hotel The Ammeerra kepada calon konsumen Hotel, adapun penelitian ini di lakukan di Hotel The Ammeerra. peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung di Hotel The Ammeerra”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

1. Bagaimana Gambaran Umum pada Hotel The Ammeerra ?
2. Bagaimana Pelaksanaan Promosi Media Sosial dan Kondisi Minat Berkunjung di Hotel The Ammeerra ?
3. Berapa Besar Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung di Hotel The Ammeerra ?
4. Bagaimana Hambatan Pelaksanaan Promosi Media Sosial di Hotel The Ammeerra?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan peneliti melakukan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui Gambaran umum pada Hotel The Ammeerra.
2. Mengetahui pelaksanaan promosi media sosial di Hotel The Ammeerra.

3. Mengetahui adakah pengaruh promosi media sosial terhadap minat berkunjung di Hotel The Ammeerra
4. Mengetahui hambatan-hambatan pelaksanaan promosi media sosial di Hotel The Ammeerra

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini peneliti mengharapkan dapat dijadikan ilmu untuk memahami teori-teori mengenai promosi media sosial dan pemanfaatannya bagi suatu bisnis dan penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan oleh akademik khususnya Prodi Ilmu Administrasi Binis Universitas Pasundan sebagai referensi perpustakaan

### **1.4.2 Secara Praktisi**

Adapun kegunaan yang diharapkan untuk peneliti ini yaitu:

#### **1. Bagi peneliti**

Peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk mengkaji serta mengimplementasikan seluruh ilmu pengetahuan yang telah di peroleh selama menempuh pembelajaran dan juga peneliti mengharapkan dapat menambah wawasan terkait promosi media sosial sehingga bisa diterapkan dalam bisnis di kemudian hari.

#### **2. Bagi Pembaca**

Peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dan wawasan lebih lanjut mengenai promosi media sosial

### 3. Bagi Perusahaan

Dengan adanya Penelitian ini, peneliti mengharapkan Perusahaan dapat mengetahui apakah promosi media sosial dapat meningkatkan minat untuk berkunjung, selain itu penelitian ini diharapkan untuk Perusahaan dapat mengetahui apakah Perusahaan tersebut sudah melakukan promosi media sosial secara efektif.

## **1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini di lakukan di Hotel The Ammeerra, Jl. Gegerkalong Hilir No.47, Sukarasa, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40152

## 1.5.2 Lamanya Penelitian

Tabel 1.4 Jadwal Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2024-2025																								
		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. Observasi																									
	b. Wawancara																									
	c. Dokumentasi																									
2	Pengolahan Data																									
3	Analisis Data																									
<b>Tahap Penyusunan</b>																										
1	Penyusunan Bab 4-5																									
2	Perbaikan Bab 1-5																									
3	Sidang Skripsi																									
<b>Sumber : Data diolah peneliti tahun 2024-2025</b>																										