

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan MPOne Stationery

Multi Paper Stationery didirikan oleh Muhammad Arief Deddy Nugroho pada tahun 2000 dengan nama Mega Print, lalu pada tahun 2006 barulah berubah nama menjadi Multi Paper Stationery. Pada awalnya toko Multi Paper Stationery hanya menjual kertas HVS dan jenis kertas lainnya dengan cara penjualan secara grosir, seiring berjalannya waktu dengan permintaan pasar yang lumayan besar toko Multi Paper Stationery menyediakan Peralatan alat tulis kantor hingga membuka cabang khusus *Stationery* pada tahun 2017 yang bernama MPOne Stationery.

MPOne Stationery adalah salah satu toko penjual alat tulis kantor yang berdestinasi di Metro, Lampung. Mpone Stationery beralamat di JL AR Prawira Negara, No.28 Metro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung 34111. Mpone Stationery menjual berbagai peralatan dan perlengkapan kantor maupun sekolah. Toko Mpone Stationery memberikan harga dan kualitas terbaik untuk pelanggannya. Toko alat tulis Mpone Stationery menawarkan beragam merk produk dan variasi produk sehingga pelanggan dapat membeli barang yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan dan budget. Selain menjual keperluan sekolah dan kantor, Mpone stationery juga menyediakan perlengkapan ulang tahun. (sumber: Data Pribadi Perusahaan, 2021)

1.1.2 Logo dan Makna Logo

Berikut merupakan logo MPOne Stationery seperti yang terlihat pada gambar 1.1 sebagai berikut:



Gambar 1.1 Logo MPOne Stationery
Sumber: Data Pribadi Perusahaan, 2021

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi :

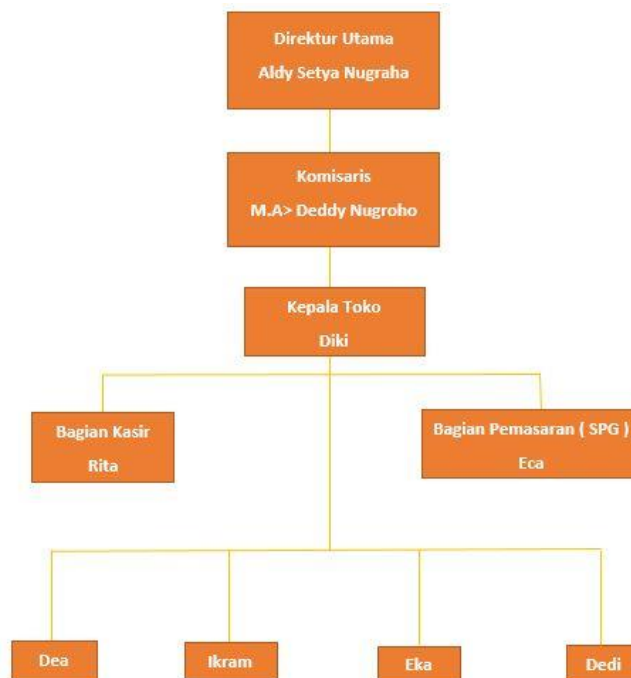
Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, dan pemenuhan kebutuhan konsumen

Misi :

1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun konsumen dengan berfokus pada produk ATK dan pelayanan yang berkualitas unggul
2. Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan etika bisnis yang tinggi
3. Membangun organisasi global yang terpercaya, terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, dan masyarakat pada umumnya

1.1.4 Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi yang berlaku pada MPOne Stationery tahun 2021



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi MPOne Stationery
Sumber: Data Pribadi Perusahaan MPOne Stationery, 2021

1.1.5 Produk

Produk yang ditawarkan oleh MPOne Stationery adalah sebagai berikut:

1. Alat Tulis
2. Masker
3. Barang-barang persiapan sekolah
4. Mainan anak



Gambar 1. 2 Produk MPOne Stationery
Sumber: Instagram MPOne Stationery, 2021

1.2 Latar Belakang Penelitian

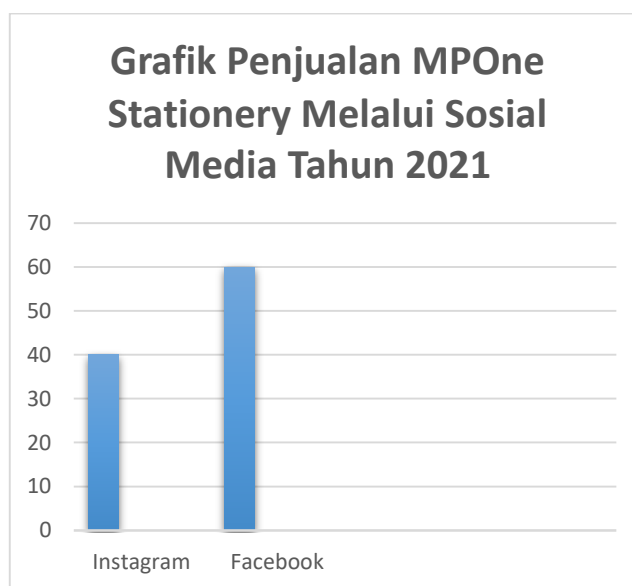
Penggunaan sosial media semakin meningkat setiap tahunnya. Kemajuan teknologi yang semakin meningkat menuntut para pebisnis untuk berfikir kreatif demi kemajuan usahanya. Saat ini, sudah banyak hal yang mampu dilakukan dengan teknologi salah satunya adalah promosi melalui sosial media. Sosial media adalah salah satu wadah untuk pebisnis memasarkan produknya kepada konsumen secara menyeluruh. Sosial media mampu menjangkau berbagai macam lapisan masyarakat yang ada didunia. Hal ini merupakan sebuah peluang yang bagus untuk pebisnis menawarkan barangnya. Salah satu sosial media marketing yang memiliki peluang yang tinggi adalah instagram dengan pengguna sebesar 79% di Indonesia. (sumber: Hootsuite Indonesia Digital Report 2020)

Sosial media marketing mempunyai pengaruh yang cukup besar untuk proses promosi dan penjualan produk bagi seorang pelaku usaha. Sudah banyak pelaku usaha yang melakukan pemasaran melalui sosial media. Karena sosial media sudah sangat lumrah untuk seluruh lapisan masyarakat. Pelaku usaha harus memanfaatkan situasi ini, karena di era digital ini sudah banyak konsumen yang menginginkan segala sesuatu dengan instan dan cepat. Pelaku bisnis mampu menyediakan informasi produk melalui sosial media marketing sehingga konsumen mampu mengetahui produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut tanpa perlu dijelaskan lagi lebih detail. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016) Media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagai teks, gambar, suara, video baik dengan orang lain ataupun dengan perusahaan. Berbagai macam aplikasi ditawarkan dengan berbagai macam kegunaannya.

Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Priansa, 2017:4) manajemen pemasaran adalah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan. *Digital marketing* menurut Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11) “Digital marketing is the application of the internet and related digital technologies in conjunction with traditional communications to to achieves marketing objectives.”. Artinya Digital Marketing

merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Hal tersebut dapat dicapai untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu.

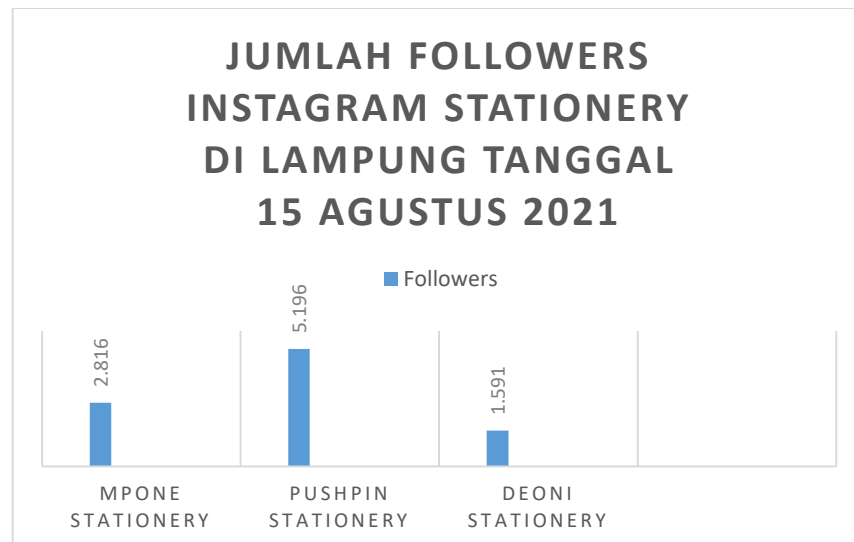
Berdasarkan hasil riset Wearesocial Hootsuite yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Youtube menjadi sosial media terpopuler di Indonesia disusul oleh Whatsapp dan Instagram menurut sebuah laporan yang berjudul Digital 2021. Instagram naik keperingkat ketiga setelah melampaui Facebook. Terjadi kenaikan sebesar 8% di tahun 2020 hingga 2021. Dapat dilihat bahwa Instagram memiliki peluang besar untuk melakukan menaikkan angka penjualan saat ini.



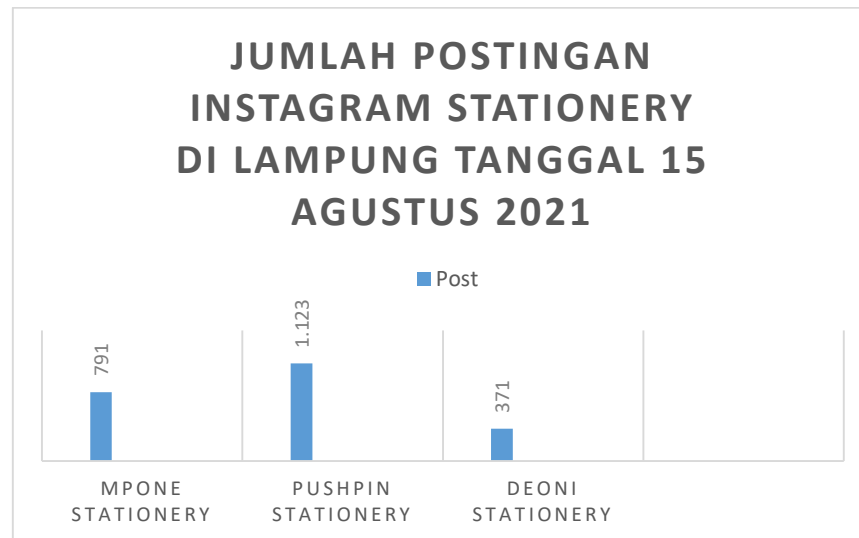
Gambar 1. 3
Grafik Penjualan Melalui Sosal Media MPOne Stationery 2021
Sumber: Data Pribadi Perusahaan MPOne Stationery, 2021

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa penjualan MPOne Stationery melalui sosial media instagram lebih rendah dibandingkan Facebook. Menurut perusahaan, hal ini disebabkan karena tidak banyak calon pelanggan yang

mengetahui instagram MPOne Stationery yang menyebabkan informasi dan promosi yang dilakukan di instagram kurang menyeluruh sampai ke calon pelanggan sehingga penjualan melalui instagram lebih rendah dibandingkan dengan Facebook. Media sosial instagram @mpone.stationery memiliki *followers* yang lebih rendah dibandingkan dengan @pushpinstore dan disusul oleh instagram @deonistationery (berdasarkan data perusahaan, 2021). Dapat dikatakan bahwa instagram @mpone.stationery kurang memiliki daya tarik untuk menaikkan jumlah *followers* dan meningkatkan penjualan. Oleh karna itu penulis memilih instagram MPOne Stationery untuk menjadikan objek penelitian kali ini. Berikut adalah gambaran dari penggunaan media sosial instagram yang digunakan MPOne Stationery sebagai gambaran dengan brand lainnya.



Gambar 1. 4 Jumlah Followers Kompetitor MPOne Stationery Pada Tanggal 15 Agustus 2021
Sumber: Data Perusahaan, 2021



Gambar 1. 5 Jumlah Postingan Kompetitor MPOne Stationery Pada Tanggal 15 Agustus 2021
Sumber: Data Perusahaan, 2021

Dapat dilihat dari grafik diatas bahwa *followers* MPOne Stationery memiliki peringkat kedua terendah lebih rendah dibandingkan dengan Pushpin Stationery. Menurut perusahaan, hal ini disebabkan oleh fokus utama berdirinya MPOne Stationery adalah untuk distributor ATK kepenjual disekitar, sehingga instagram kurang begitu diperhatikan. (Data Perusahaan, 2021). Produk yang ditawarkan MPOne Stationery adalah ATK (alat tulis kantor) dan perlengkapan sekolah. Tetapi, dapat dilihat bahwa saat ini penjualan masker dan handsanitizer merupakan peluang yang bagus untuk semua perusahaan sehingga MPOne Stationery juga menyediakan masker kekinian dan handsanitizer untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan meninjau aktivitas yang telah dilakukan MPOne Stationery pada akun sosial media instagram. Hal ini yang menjadi latar belakang penulis memilih judul **“Tinjauan Aktivitas Melalui Sosial Media Instagram Pada MPOne Stationery”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diangkat oleh penulis adalah bagaimana persepsi konsumen atas aktivitas sosial media marketing instagram MPOne Stationery pada tahun 2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjadi jawaban dari rumusan masalah yang telah penulis paparkan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui persepsi konsumen tentang aktivitas media sosial MPOne Stationery tahun 2021.

1.5 Batasan Masalah

Fokus penelitian merupakan batasan masalah. Dalam penelitian ini mempunyai fokus penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini fokus pada aktivitas sosial media marketing pada instagram @mponestationery
2. Peneliti menggunakan indikator sosial media marketing menurut Chris Hauer dalam Solis sebagai dasar teori penelitian.
3. Objek penelitian adalah media sosial instagram @mpone.stationery
4. Peneliti menggunakan metode kuantitatif deskriptif

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan tentang seberapa besar pengaruh penerapan promosi melalui sosial media MPOne Stationery serta penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan atau referensi untuk bahan penelitian lanjutan.

1.6.2 Kegunaan Praktisi

Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan atau masukan untuk MPOne Stationery untuk menyusun kebijakan program agar dapat mempertahankan konsumen dan meningkatkan penjualan serta meningkatkan kinerja perusahaan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika ini berguna untuk mempermudah memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan tugas akhir. Maka disusun sistematika sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang teori teori yang berkaitan dengan penelitian yang mendukung pemecahan masalah, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode metode yang membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, populasi, dan sampel, pengumpulan data, pengujian data, teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang pengolahan data dan analisis data primer yang telah dikumpulkan peneliti sehingga diperoleh hasil penelitian sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dibuat.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang disajikan secara singkat oleh peneliti dan saran dari peneliti mengenai penelitian ini berdasarkan tujuan diatas.

6. DAFTAR PUSTAKA

7. LAMPIRAN