

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Toko Eiger Store Padang di Ulak Karang Utara Padang

Eiger adalah perusahaan Indonesia yang mengkhususkan diri dalam memproduksi dan menjual peralatan dan pakaian petualangan luar ruangan. Asal usul nama *brand* yaitu “Eiger” berasal dari nama gunung di pegunungan Alpen, Swiss. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1993 oleh Bapak Ronny Lukito di Bandung, Indonesia. Eiger memproduksi produk untuk kegiatan seperti mendaki gunung, berkemah, dan panjat tebing, termasuk tas ransel dan jaket. Eiger dikenal dengan produk-produk berkualitas tinggi dan telah menjadi merek yang populer di Indonesia. Toko Eiger itu pertama kali dibuka pada tahun 1994 di Cihampelas, kota Bandung. (Wikipedia, Eiger Adventure)

Saat ini, terdapat satu lokasi di Eiger Store Padang yang dimiliki usaha sendiri oleh Bapak Edi karena barang-barang produk Eiger akan didistribusikan dari pusat PT Eigerindo Multi Produk Industri, yaitu adalah objek penelitian ini berada Eiger Store Padang di Ulak Karang. Toko ini berlokasi di Jl. S. Parman No. 149B, Ulak Karang, Padang, Sumatera Barat. Eiger Store Padang ini buka toko setiap hari dari mulai pukul 08.30 hingga 22.00 WIB.



GAMBAR 1.1

Lokasi Eiger Store Padang

Sumber: Lokasi Eiger Store Padang 2023

Eiger Store satu ini berbeda dengan *store* lain berada di Padang karena memiliki konsep unik dan ciri khas tersendiri, mulai dari penampilan toko, lokasi, sarana yang disediakan, hingga pelayanannya. Hutan tropis di pilih oleh Eiger dalam mengonsep *store* tersebut. Eiger Store Padang di Ulak Karang menawarkan berbagai produk Eiger, mulai dari produk-produk *mountaineering*, *riding*, hingga urban. Produk-produk Eiger di cabang ini dijamin asli dan berkualitas dari pusat Eiger. Selain itu, toko ini juga menyediakan layanan purna jual, seperti garansi, perbaikan, dan penggantian. Eiger *store* merupakan *store* penjualan barang *outdoor*, *camping* dan olahraga yang mana memiliki rancangan *store* pegunungan seperti poster-poster pegunungan, hutan, tempat parkir, ruang ganti, tempat duduk dan cermin untuk mencoba barang yang akan dibeli. “Kualitas produk merupakan sebuah kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsinya dengan baik, termasuk kehandalan, daya tahan, kemudahan penggunaan operasi, ketepatan, manfaat dari produk, ataupun atribut berharga lainnya. Kualitas produk yang baik memberikan nilai bagi penggunanya.” (Runtunuwu & Oroh (dalam Umami dkk, 2019, hlm. 251).

Toko ini memiliki lokasi yang strategis yaitu di sekitar Kota Padang maupun di Seluruh Sumatera Barat yang merupakan salah satu daerah utama bagi semua orang dan pecinta alam. Hal ini tentunya dapat memudahkan pelanggan untuk mengakses toko ini. Eiger Store Padang menawarkan berbagai produk berkualitas tinggi yang dirancang khusus untuk para penggiat alam bebas. Produk-produk Eiger dirancang dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan teknologi terkini, sehingga dapat memenuhi kebutuhan para penggiat alam bebas dengan aman dan nyaman. Beberapa berbagai jenis tas, mulai dari tas karier/tas gunung, tas ransel, hingga tas salempang. Selain itu, toko ini menyediakan sepatu *hiking* yang nyaman dan tahan lama untuk mendukung aktivitas *outdoor* dan juga beberapa pakaian yang cocok untuk kegiatan *outdoor* seperti jaket, celana lapangan panjang atau pendek, dan kemeja lapangan. Selain produk-produk tersebut, Eiger Store Padang juga menyediakan berbagai aksesoris seperti topi, kacamata, dan perlengkapan *camping*. Dengan berbagai pilihan produk yang lengkap yang dibutuhkan untuk menjalani kegiatan *outdoor* dengan nyaman dan aman.

1.1.2 Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi perusahaan retail *global* yang *visioner* di dalam bisnis *adventure* dan *e-lifestyle* yang diberkati dan memberkati.

b. Misi

1. Mengembangkan bisnis *e-lifestyle* di *cyber-market*.
2. Mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas tinggi untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.
3. Memenuhi kebutuhan para penggiat alam bebas

1.1.3 Logo dan Makna Logo



GAMBAR 1.2

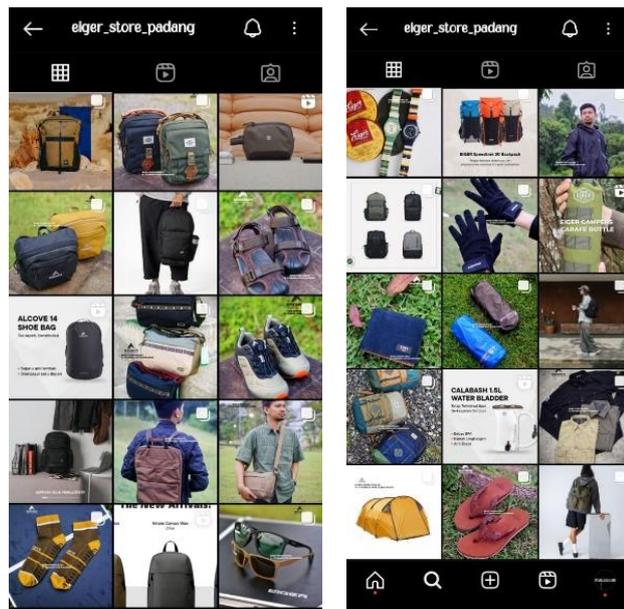
Logo Eiger Tropical Adventure

Sumber: Eiger Tropical Adventure di seeklogo.com

Dari gambar logo perusahaan Eiger yang terlihat pada Gambar 1.1 terdapat tulisan “*Eiger Tropical Adventure*” yang memiliki makna yang lebih mendalam daripada logo sebelumnya. Logo baru ini mengusung konsep “*Eiger For Life*”, yang berarti Eiger tidak hanya sekadar merek perlengkapan dan peralatan *outdoor*, tetapi juga gaya hidup. Nama logo *brand* “Eiger” berasal dari nama gunung di pegunungan Alpen, Swiss. Secara keseluruhan, logo tulisan Eiger melambangkan identitas merek Eiger. Tulisan Eiger dirancang dengan *font* yang modern dan dinamis, yang menggambarkan semangat Eiger untuk terus berinovasi. Logo Gunung melambangkan alam bebas, yang menjadi tempat bagi para penggiat alam bebas untuk menyalurkan hobi dan *passion* mereka. Logo

Eiger merupakan salah satu logo merek dagang paling ikonik di Indonesia. Logo ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1989, dan telah mengalami beberapa perubahan desain selama bertahun-tahun. Namun, logo Eiger juga sering menyertakan elemen-elemen lain yang bersifat temporer, seperti nama produk, *tagline*, atau logo *event* tertentu. Namun, elemen-elemen ini tidak mengubah makna dasar dari logo Eiger.

1.1.4 Produk/Layanan



GAMBAR 1.3

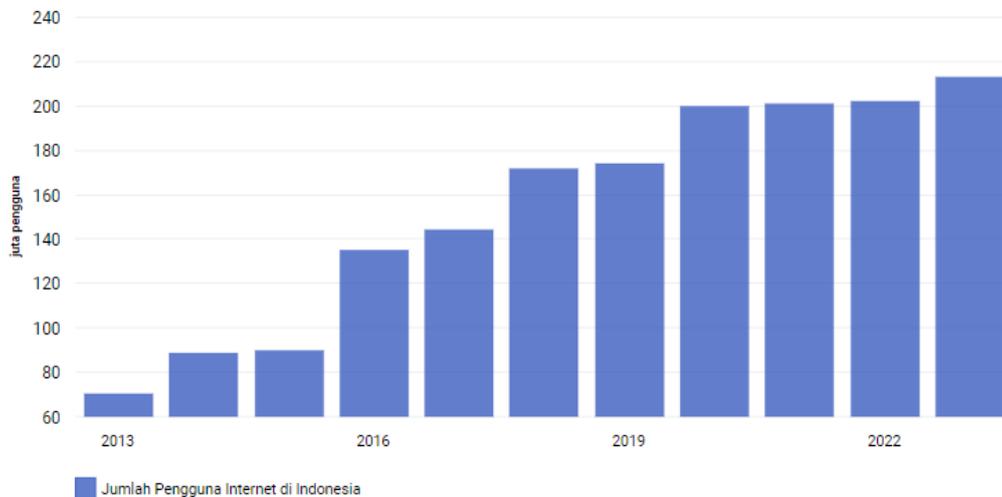
Postingan Konten Produk Eiger Store Padang

Sumber: Profil Instagram Eiger Store Padang, 2023

Berdasarkan gambar diatas tersebut terlihat bahwa toko Eiger Store Padang menawarkan barang produk Eiger diantaranya tas ransel, sandal gunung, sepatu gunung, jaket, dan beberapa aksesoris Eiger untuk mendaki gunung berbagai petualang yang tersedia di Eiger Store Padang dengan harga yang terjangkau pada pelanggan dan pecinta alam.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Menurut laporan terbaru dari We Are Social dan Meltwater "Digital 2023", jumlah pengguna internet di seluruh Indonesia per Januari tahun 2023 mencapai 212,9 juta, peningkatan dari 202 juta pada tahun sebelumnya, menurut We Are Social. Ini menunjukkan peningkatan 10 juta pengguna, atau 5%, dari tahun sebelumnya. Menurut data yang sama, populasi Indonesia per Januari 2023 mencapai 276,4 juta orang, naik 1,8 juta dari total populasi tahun 2022. Dengan kata lain, 77% (212,9 juta orang) di Indonesia saat ini terhubung ke internet, sementara sekitar 23% (atau 63,51 juta orang) masih belum terhubung ke jaringan internet. Adapun sebanyak 98,3 persen pengguna di seluruh Indonesia mengakses internet melalui dengan perangkat telepon seluler (mobile phones). Rata-rata, pengguna internet di Indonesia mengakses internet selama sekitar 7 jam 42 menit per hari. (*We Are Social di Data Indonesia.id diakses 13 Februari 2023*)



GAMBAR 1.4

Data Jumlah Pengguna Aktif Internet di Indonesia

Sumber: We Are Social di Data Indonesia.id diakses 13 Februari 2023

Menurut Laporan We Are Social melaporkan bahwa hingga Januari 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 213 juta orang, atau 77% dari total populasi Indonesia, yang berjumlah 276,4 juta orang pada awal tahun. Jumlah pengguna internet di Tanah Air meningkat 5,44% tahun ke tahun (tahun ke

tahun/tahun). Jumlah pengguna internet di seluruh Indonesia baru mencapai 202 juta pada Januari 2022. Ini adalah tren yang telah meningkat setiap tahun dalam sepuluh tahun terakhir. Penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan signifikan selama satu dekade terakhir, dengan lonjakan paling pesat terjadi pada Januari 2016, mencapai 50,16% per tahun. Peningkatan ini menunjukkan adopsi internet yang masif dan peran penting internet dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Menjadi yang terbesar kedelapan di seluruh dunia, pertumbuhan paling lambat terjadi pada Januari 2022, dengan pertumbuhan hanya 0,5%. Adapun Indonesia menempati urutan kedelapan negara dengan jumlah penduduk yang belum terkoneksi internet terbanyak di dunia, dengan jumlah 730,02 juta penduduk belum terkoneksi internet. Negara dengan jumlah penduduk belum terkoneksi internet terbanyak di dunia adalah India. (*databoks.katadata.co.id diakses 20 September 2023*)

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penggunaan jejaring sosial terbanyak di dunia. Indonesia bukan hanya negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia, namun juga mengalami pertumbuhan pesat dan signifikan dalam penggunaan teknologi dan mengikuti tren. Alasan penggunaan media sosial di Indonesia selalu berkisar pada alat komunikasi untuk terhubung dengan teman dan keluarga, mengisi waktu luang, mengetahui tren apa yang sedang dibicarakan orang lain, dan masih banyak lagi. (*pramborsfm.com diakses 17 Juli 2023*)

Data ini disajikan oleh We Are Social, sebagai platform yang menyajikan data tahunan beserta tren penggunaan internet, media sosial, dan perilaku *e-commerce*. Tahun ini *We Are Social* juga menerbitkan laporan jejaring sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Selain itu, Instagram merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan 84,80% pengguna internet (173,59 juta) menggunakan platform tersebut. Facebook yang dimiliki Meta menempati peringkat kedua dengan 81,30% pengguna internet di Indonesia. Youtube dan Tik Tok juga merupakan platform yang populer di Indonesia. Berdasarkan hasil survei dan laporan yang dilakukan oleh beberapa sumber, berikut tingkat penggunaan internet dan media sosial di Indonesia serta data tahun 2023:

Pengguna Media Sosial Di Indonesia



GAMBAR 1.5

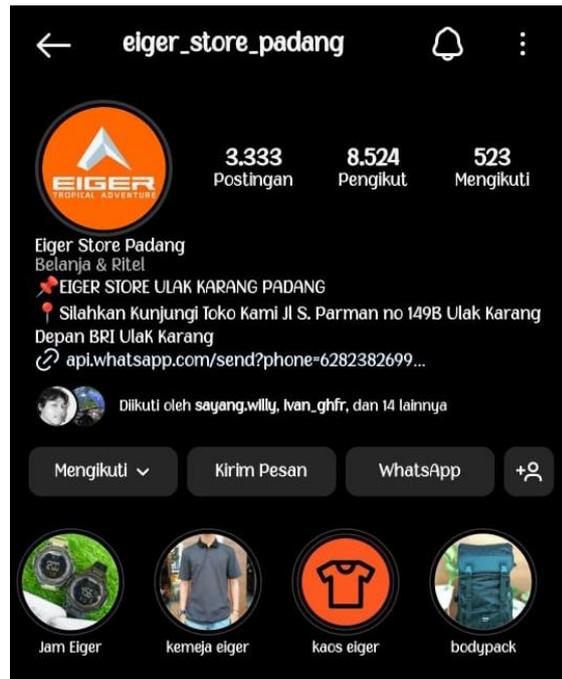
Data Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia

Sumber: We Are Social di DataIndonesia.id diakses 03 Februari 2023

Laporan We Are Social menunjukkan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia akan mencapai 167 juta pada Januari 2023. Jumlah ini setara dengan 60,4% populasi negara. Jumlah pengguna aktif media sosial pada Januari 2023 mengalami penurunan sebesar 12,57% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 191 juta. Penurunan ini merupakan yang pertama terjadi dalam satu dekade terakhir. Namun situasi ini terjadi karena sumber yang digunakan *We Are Social* pada Januari 2023 telah dimodifikasi secara signifikan. Penyesuaian ini menjadikan angka terkini tidak sebanding dengan tahun-tahun sebelumnya. Internet merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat, apalagi saat ini sebagian masyarakat sudah tidak bisa lagi lepas dari ponsel pintarnya. Menyediakan akses Internet cepat sangat penting untuk membuat pengunjung semakin betah dan berlama-lama berada di media sosial.

Beberapa faktor yang mempengaruhi pemasaran melalui media sosial antara lain jenis konten, konsistensi dalam memproduksi konten, dan estetika dalam penyajian konten. Selain itu, kebutuhan pengunjung akan beberapa produk yang lengkap untuk berbagai aktivitas outdoor, mulai dari pendakian gunung, bersepeda, hingga travelling. “*Social media marketing* adalah organisasi memanfaatkan teknologi, saluran, dan perangkat lunak dari media sosial yang bertujuan untuk menciptakan suatu komunikasi, pengiriman, pertukaran serta penawaran yang bernilai bagi pemangku kepentingan hingga meningkatkan interaksi, membangun hubungan, dan meningkatkan nilai dalam suatu organisasi tersebut.” (Tuten & Solomon, 2019)

Data menunjukkan bahwa pengguna internet dan media sosial di Indonesia untuk meningkatkan pemasaran produknya. Eiger Store Padang dapat menggunakan media sosial untuk menjangkau target pasarnya secara lebih luas. Eiger Store Padang juga dapat menggunakan media sosial Instagram untuk meningkatkan *brand awareness* dan *brand image*. “Promosi merupakan strategi guna meningkatkan kepercayaan, dengan adanya kerangka promosi akan meningkatkan kinerja karyawan dalam mencapai target” ((Rony, Z. T. (2019), dalam Jurnal Pengabdian Masyarakat oleh Riska Aprilina & Fanni Husnul Hanifa (2024)). Mereka menggunakan platform media sosial untuk mempromosikan produk, berbagai konten menarik, dan berinteraksi dengan pengikut mereka dengan melalui media sosial instagramnya dapat memberikan informasi baru tentang produk yang terbaru kepada *audiens*. Selain itu, Eiger Store Padang juga menggunakan media sosial Instagram dan Whats’app sebagai alat untuk mendengarkan umpan balik pelanggan dan menjawab pertanyaan atau keluhan mereka. Mereka berusaha untuk tetap responsif dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan melalui platform-platform tersebut. Menurut Diana (2021) bahwa “Pemasaran melalui Instagram dapat berupa foto atau video dan disana pengguna dapat menambahkan caption atau keterangan dari sesuatu yang diunggahkannya.”



GAMBAR 1.6

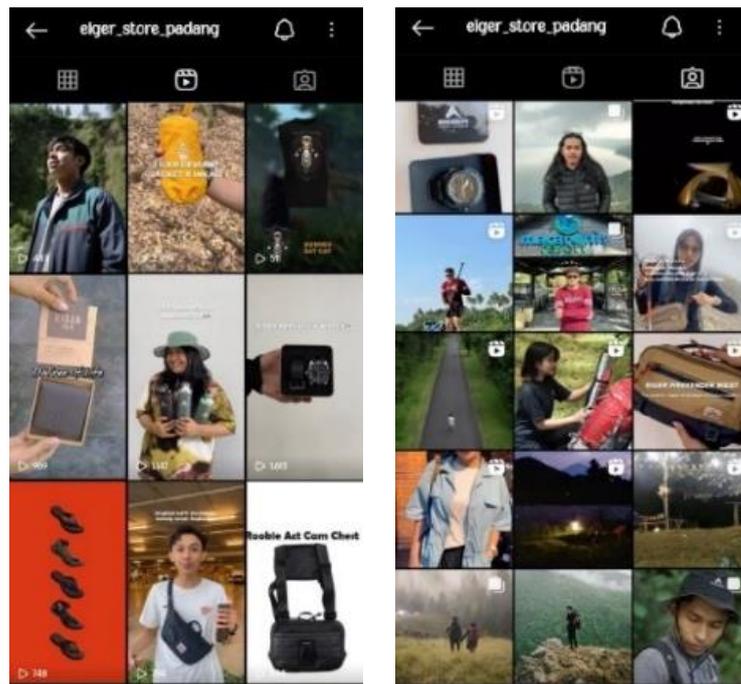
Profil akun Instagram Eiger Store Padang

Sumber: Profil akun Instagram @eiger_store_padang 2024

Toko Eiger Store Padang merupakan salah satu toko yang cukup populer berada di daerah Kota Padang. Toko ini memiliki akun media sosial yaitu Instagram, Tik Tok dan Facebook. Terdapat beberapa strategi pemasaran di Instagram yang efektif untuk toko ini, seperti *brand guideline* yang jelas, memantau kinerja setiap kampanye pemasaran, dan strategi konten yang matang. Toko ini menyediakan berbagai produk *outdoor* seperti tas, sepatu, pakaian, pakaian *outdoor* seperti jaket, celana pendakian, dan kaos yang terbuat dari bahan berkualitas tinggi dan tahan cuaca. Mereka menawarkan berbagai macam produk yang cocok untuk kegiatan *outdoor* seperti *hiking*, *camping*, dan aktivitas petualangan lainnya. Di Eiger Store Padang, pelanggan atau audiens dapat menemukan berbagai jenis tas seperti tas gunung, tas ransel, tas selempang, dan tas laptop yang didesain khusus untuk kegiatan *outdoor*. Meskipun cukup populer, Toko Eiger Store Padang masih menghadapi beberapa masalah. Salah satu masalah yang dihadapi adalah masalah konten sosial media Instagram pada Eiger Store Padang yang harus diperancangan. Berdasarkan hasil *survey* yang dilakukan oleh pihak pemilik usaha dan manajer

(pendukung) Eiger Store Padang diketahui bahwa terdapat masalah pada konten sosial media Instagram pada toko tersebut.

Berdasarkan menampilkan konten berupa postingan foto dan video sosial media Instagram-nya yang dapat menunjukkan data aktivitas yang terjadi pada akun terhadap perilaku konsumen pada produk dan kegiatan yang berbagai petualang dengan melihat diantaranya *like*, komen, tandai orang dan jumlah penonton, yaitu:

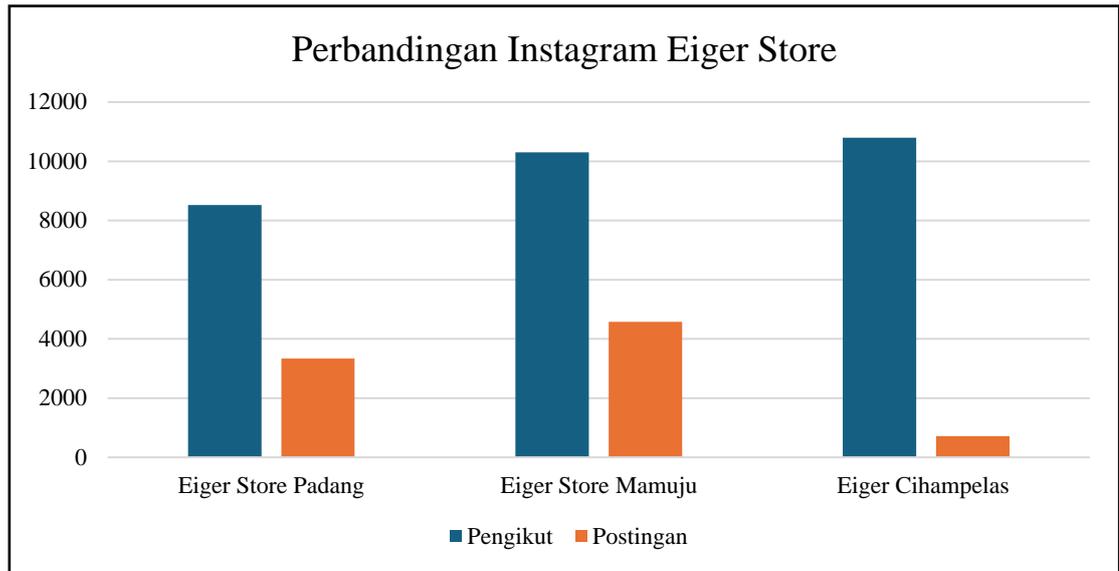


GAMBAR 1.7

Instagram Eiger Store Padang

Sumber: Profil akun Instagram @eiger_store_padang 2024

Namun, hasil *survey* tersebut tidak dijelaskan secara rinci mengenai masalah apa yang terjadi pada konten sosial media Eiger Store Padang. Oleh karena itu, Penulis perlu melakukan penelitian untuk lebih lanjut untuk mengetahui masalah yang terjadi pada konten sosial media Toko Eiger Store Padang dan bagaimana cara yang harus direncanakan.



	Eiger Store Padang	Eiger Store Mamuju	Eiger Cihampelas
Jumlah Follow	8.524	10.300	10.800
Jumlah Postingan	3.333	4.576	709

GAMBAR 1.8

Perbandingan Instagram Eiger Store

Sumber: Profil akun Instagram Eiger Store

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis, dari gambar dan tabel di atas terlihat dapat menunjukkan bahwa jumlah *like* dan *comment* pada jumlah *follow* dan postingan/konten Instagram Eiger Store Padang sedikit, jika melihat permasalahan tersebut maka Eiger Store Padang sebaiknya mengevaluasi kontennya terhadap hasil konten yang mereka buat.

Dibandingkan akun Instagram Eiger Store lainnya, Eiger Store Padang tidak menggunakan fitur seperti Fitur, *Highlight*, *Feeds* Foto, *Insta Story*, dan Video. *Caption* di akun Instagram Eiger Store Padang kurang interaktif karena menggunakan kata sapaan #eigertropicaladventure untuk membuat pelanggan atau audiens lebih akrab dan pembuat konten kurang mendapatkan *feedback* atau umpan balik seperti komentar konsisten saat mengunggah konten di *feed*. Oleh karena itu, agar tujuan melaksanakan untuk kegiatan pemasaran melalui sosial media Instagram yang dilakukan pada Eiger Store Padang maka diperlukan adanya Perancangan Strategi Pemasaran pada Instagram Eiger Store Padang tahun 2024. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui masalah yang terjadi pada konten sosial media Eiger Store Padang dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, toko dapat mengambil tindakan yang tepat agar memanfaatkan sosial media Instagram sebagai salah satu strategi pemasaran untuk meningkatkan kualitas konten sosial media dan menarik minat pengunjung.



GAMBAR 1.9

Postingan akun Instagram Eiger Store Padang

Sumber: Profil akun Instagram Eiger Store

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai dengan berjudul “Perancangan Strategi Pemasaran pada Media Sosial Instagram Eiger Store Padang Tahun 2024”.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan Strategi Pemasaran Instagram media sosial Eiger Store Padang?
2. Bagaimana penerapan Strategi Pemasaran Instagram media sosial Eiger Store Padang?
3. Bagaimana evaluasi Strategi Pemasaran Instagram media sosial Eiger Store Padang?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang Strategi Pemasaran Instagram media sosial Eiger Store Padang
2. Menerapkan Strategi Pemasaran Instagram media sosial Eiger Store Padang
3. Mengetahui evaluasi Strategi Pemasaran Instagram media sosial Eiger Store Padang

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai perancangan Strategi Pemasaran media Eiger Store Padang berharap dapat memberikan manfaat agar meningkatkan *omzet* dalam bisnisnya dan menarik pelanggan untuk mahasiswa maupun warga di sekitar Ulak Karang Utara, kota Padang. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dalam memperoleh dengan pemahaman yang lebih baik mengenai strategi pemasaran media sosial yang digunakan oleh Eiger Store Padang. Penulis dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi untuk menulis artikel, makalah, atau buku tentang strategi pemasaran media sosial untuk bisnis toko.

2. Bagi pelaku usaha Eiger Store

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Informasi yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran media sosial pada Eiger Store Padang untuk menjalankan bisnis.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini akan memberikan gambaran mengenai bagaimana strategi pemasaran media sosial digunakan oleh Eiger Store Padang. Hal ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman bagi pembaca mengenai strategi pemasaran media sosial.

1.6 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini yaitu Eiger Store Padang
2. Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan September 2023 – Juli 2024
3. Penelitian ini menggunakan metode secara kualitatif

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Akhir

Sistematika adalah urutan atau susunan penjelasan dari seluruh bagian penelitian yang disusun secara logis dan sistematis. Adapun berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas Laporan Proyek Akhir (PA) sebagai berikut, yaitu:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah penelitian, dan sistematika penulisan laporan proyek akhir.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Analisis data adalah proses mengolah data penelitian untuk menjawab rumusan masalah. Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulann merupakan berisi meringkaskan jawaban dan pertanyaan dari hasil penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.