

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 1.1

Profil perusahaan

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023

Kisa Gallery merupakan perusahaan produksi yang bergerak dibidang produksi yang berupa mukena. Pada mulanya usaha ini didirikan pada tahun 2013 yang keadaannya masih sangat sederhana, yang berlokasi Jl. Raya Kalimalang Blok A No.5C, RT.15/RW.7, Pondok. Kelapa., Kec. Duren Sawit, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13450, Indonesia yang pada awalnya daerah pemasarannya masih berkisar disekitar lingkungan toko. Ketika melihat peluang pasar di sektor produksi, UMKM Kisa Gallery ini sebelum pindah penjualan ke online sudah mempunyai toko offline yang berada di Jakarta dan sudah memiliki customer. Untuk sosial media Instagram sudah banyak produk yang dijual seperti mukena.

Kisa Gallery ini sudah menjual produk secara offline seperti baju gamis, home dress, dan sprei. Untuk kedepannya pada masa yang akan datang mempunyai prospek yang baik. (*Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023*)

Dengan adanya peningkatan efektivitas dan efisiensi juga sangat berpengaruh terhadap pencapaian perusahaan akan tujuan utamanya, yaitu perolehan laba yang maksimal. Untuk dapat mencapai laba maksimal pada dasarnya setiap pelaku usaha selalu berupaya untuk menekan biaya produksi serendah mungkin, tanpa mengesampingkan kualitas produk yang dihasilkan.

Pada UMKM berjenis manufaktur, efektivitas dan efisiensi akan dapat dicapai apabila para pelaku UMKM mampu melakukan perencanaan dan pengendalian yang baik terhadap biaya produksinya. Hal ini dikarenakan biaya produksi mempengaruhi aktivitas pokok perusahaan manufaktur secara keseluruhan. (*Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023*)

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerjalangsung, dan biaya overhead pabrik. (*Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023*)

Biaya produksi merupakan serangkaian komponen biaya yang membentuk harga pokok produksi suatu produk. Sehingga perhitungan untuk setiap komponen biaya produksi tersebut akan berpengaruh terhadap penentuan. Harga pokok produksi dari produk yang dihasilkan. (*Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023*)

Harga pokok produksi itu sendiri didefinisikan sebagai total biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk. Perhitungan harga pokok produksi memiliki peranan penting terhadap efektivitas kinerja UMKM.

Oleh karena itu, perhitungan atas biaya yang akan dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk harus bagus dan harus

mencerminkan total biaya produksi yang sesungguhnya dan akan dihabiskan oleh produk tersebut.

Sehingga penentuan harga pokok produksinya akan tepat dan akurat. Perhitungan harga pokok produksi yang tepat dan akurat akan memberikan informasi yang bermanfaat bagi pelaku UMKM dalam menentukan harga jual. Pelaku UMKM harus mampu melakukan perhitungan harga pokok produksi secara tepat, untuk menentukan harga jual yang cukup bersaing agar dapat memperoleh laba maksimal dan menjamin kelangsungan hidup usahanya di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. (*Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023*)

UMKM Kisa Galery ini, mempunyai banyak desain yang berbeda dengan kualitas produk yang bagus serta memiliki pelayanan yang ramah kepada pelanggannya, dan memiliki desain khusus yang tidak dimiliki oleh pesaingnya.

Untuk harga produk di Mukena Kisa Gallery ini disesuaikan dengan ukuran dan kualitas bahannya, harga mulai dari Rp 200.000 - Rp 500.000,- dari harga tersebut sudah termasuk dengan tas mukenanya. (*Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023*)

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Setiap produksi kami selalu mengutamakan kualitas mulai dari pemilihan jenis bahan dengan menggunakan kualitas premium, detail jahitan yg rapih.

Misi

Kisa selalu memilih bahan yang berkualitas dari mukena dan pemberian sajadah muka untuk mukena jenis travelling.

1.1.3 Logo Perusahaan

Berikut merupakan logo resmi dari Kisa Gallery.



Gambar 1.2
Logo perusahaan

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023

1.1.4 Informasi Perusahaan

Berikut adalah informasi perusahaan dari Kisa Gallery :

Alamat : Jl. Raya Kalimalang Blok A No.5C,
Rt.15/Rw.7,Pd.klp., Kec Duren Sawit, Kota
Jakarta Timur, DKI Jakarta 13450, Indonesia.

Telepon : 08161645636

Website : www.shopatkisa.com




Medial `Sosial : Kisa_id (instagram, Facebook, tiktok dan shopee)

1.1.5 Jenis Produk

Kisa Gallery memiliki beberapa jenis produk yang ditawarkan kepada konsumennya untuk menjadi solusi disetiap permasalahan, diantaranya sebagai berikut:

TABEL 1.1
Jenis Produk Kisa Gallery

Nama Produk	Gambar Produk
Mukena Despo	
Mukena armani silk plisket	

<p>Mukena Balmain Silk Prayer Set Adeline Series</p>	
<p>Mukena Eunoia Prayer Set Eliza</p>	
<p>Mukena Mini Travel Prayer Set Plain With Lace</p>	

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023

1.1.6 Latar Belakang

Saat ini, penggunaan sosial media telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Semakin banyak orang yang menghabiskan waktu mereka di platform sosial media, membuat bisnis dan perusahaan sadar akan potensi besar yang dimiliki oleh platform ini dalam mencapai konsumen. Salah satu platform sosial media yang sangat populer adalah Instagram. Instagram menawarkan berbagai fitur dan alat yang memungkinkan bisnis untuk mereka memasarkan produk secara efektif, salah satunya adalah Instagram Shopping. (Economy Okezone.com 2023, Januari 10).

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia. Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” (Kaplan & Haenlein, 2019).

Instagram Shopping memudahkan pengguna untuk membeli produk langsung dari aplikasi Instagram. Fitur ini dapat membantu bisnis meningkatkan penjualan mereka dengan mengarahkan pengguna langsung ke produk yang ingin mereka beli. Namun, untuk memaksimalkan potensi penjualan di Instagram, diperlukan pengembangan konten sosial media marketing yang kreatif dan efektif. (Economy Okezone.com 2023, Januari 10).

Dunia sosial media termasuk di industri fashion seolah tidak pernah berhenti mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Setiap tahunnya, tren fashion tanah air maupun di dunia terus mengalami perkembangan dan perubahan. Pada tahun 2023 ini, tren busana Muslim juga dipengaruhi oleh perkembangan mode dan teknologi.

Nantinya tidak hanya model-model baju yang lama saja namun juga berbagai motif terbaru akan menghiasi tren busana Muslim. (Liputan.com 2023, Maret 11).

Maraknya trend berbusana muslim yang sedang berkembang di Indonesia membuat banyak lahirnya bisnis baru seputar fashion sampai kosmetik yang dikhususkan untuk kaum muslim. Besarnya pasar dan kesempatan yang terbuka lebar menjadi salah satu alasan mengapa begitu mudahnya trend fashion muslim ini tumbuh pesat. Dengan penduduk mayoritas muslim terbesar Indonesia bisa menjadi kiblat fashion muslim dunia. Kondisi ini tentu harus dimanfaatkan sebagai peluang untuk mencuri perhatian internasional dengan mengembangkan industri busana muslim di Indonesia. (Sindonew.com 2023, Februari 02).

Saat ini merupakan zaman modern yang di mana hampir seluruh lapisan masyarakat baik yang berusia muda sampai yang sudah berusia lanjut telah mempunyai smartphone dan secara otomatis jumlah pengguna sosial media semakin hari semakin bertambah, dan ini memberikan peluang kepada para pedagang khususnya di wilayah Kecamatan Duren Sawit untuk mempromosikan atau menjual dagangan mereka melalui cara digital dalam hal ini melalui sosial media. (Merdeka.com 2023, April 17).

Tidak sedikit dari mereka yang menggunakan saluran sosial media seperti facebook, whatsapp serta instagram untuk mencari prospek atau menemukan peluang. Tapi Secara keseluruhan aplikasi instagram yang banyak digunakan untuk menjual dagangan mereka karena instagram merupakan salah satu situs jejaring sosial yang paling populer. Didalam aplikasi instagram ada satu cara yang disitu dan mutakhir yang memungkinkan dagangan kita dapat dilihat semua orang yaitu melalui “Live Instagram Langsung”. Melalui cara tersebut hubungan pembeli penjual dapat diperkaya dengan dua arah mode komunikasi yang disediakan oleh media sosial sehingga

pedagang/penjual dengan senang memasarkan dagangannya dan calon pembeli dapat dengan tenang melihat siaran langsung dari pedagang/penjual tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka judul penelitian ini adalah” **Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Menggunakan Instagram @kisa_id**”.

Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas tentang pengembangan konten sosial media marketing yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk melalui Instagram. Penelitian ini akan mencakup strategi dan taktik pemasaran Instagram yang efektif, serta elemen-elemen kunci yang harus dimasukkan dalam konten sosial media marketing yang sukses di Instagram. Selain itu, penelitian ini juga akan mengukur dampak dari pengembangan konten sosial media marketing pada penjualan produk di Instagram.

Dalam riset untuk objek yang kita teliti adalah UMKM Kisa Gallery karena mengenai gambaran umum objek penelitian lebih mengarahkan pada suatu bisnis usaha online shop yang dibidang mukena. Kisa Gallery menjual produk fokus ke mukena yang berkualitas bahan yang premium. Yang berlokasi Jl. Raya Kalimalang Blok A No.5C, RT.15/RW.7, Pondok. Kelapa., Kec. Duren Sawit, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13450, Indonesia. Alasan pemilihan lokasi tersebut yaitu berada di ruko – ruko dekat dengan jalan raya dan UMKM yang sedang dijalankan oleh Kisa Gallery ini dapat memudahkan dalam proses penelitian saya maupun riset pemasaran yang mengenai terdapat mukena yang di jual oleh UMKM Kisa Gallery.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengembangan konten media sosial marketing instagram @kisa_id padaUMKM Kisa Gallery?

2. Bagaimana penerapan konten media sosial marketing instagram @kisa_id pada UMKM Kisa Gallery?
3. Bagaimana evaluasi konten media sosial marketing instagram @kisa_id pada UMKM Kisa Gallery?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti dapat menentukan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengembangan konten media sosial marketing instagram @kisa_id pada UMKM Kisa Gallery
2. Untuk mengetahui penerapan konten media sosial marketing instagram @kisa_id pada UMKM Kisa Gallery
3. Untuk mengetahui evaluasi konten media sosial marketing instagram @kisa_id pada UMKM Kisa Gallery

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk kepentingan yang berkaitan dengan pengaruh Digital Marketing terhadap peningkatan penjualan melalui konten media Instagram, dengan kegunaan sebagai berikut :

- a. Kegunaan dari hasil sebuah penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan mengenai Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Produk pada media sosial Instagram @kisa_id yang dilakukan oleh UMKM Kisa Gallery.
- b. Sebagai petunjuk, arahan dan acuan bagi peneliti selanjutnya yang relevan dengan hasil penelitian ini untuk mengenai Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Via Instagram.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

Manfaat untuk penulis Sebagai bahan pelajaran dan menambah wawasan pengetahuan Digital Marketing terhadap peningkatan penjualan melalui konten media Instagram dan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Diploma III di Telkom University.

2. Bagi UMKM Kisa Gallery

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu masukan pada masyarakat khususnya pada pihak UMKM melalui sosial media untuk menentukan langkah langkah selanjutnya dalam menghadapi pengaruh Digital Marketing terhadap peningkatan penjualan melalui konten media Instagram akan menjadi efisien.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan asosiasi atau referensi bagi UMKM sejenis lainnya yang terkait untuk akademis Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait dengan Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Via Instagram.

1.5 Batasan Penelitian

Beberapa batasan yang diterapkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel yang menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini adalah perancangan, penerapan, dan evaluasi konten social media marketing pada media sosial Instagram.
2. Objek penelitian ini adalah Akun Instagram @kisa_id milik Kisa Galery DKI Jakarta Timur.
3. Periode pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan Februari hingga Juli 2023.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Tugas Akhir Sistematika ini akan menjelaskan isi dari setiap bab. Yang dimana penjelasan tersebut dapat memberikan acuan langsung mengenai isi setiap bab yang berada di dalam laporan ini, secara singkat akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan-landasan teori seperti teori pemasaran, teori manajemen pemasaran, teori digital marketing, teori bauran komunikasi pemasaran, teori pemasaran interaktif, teori sosial media marketing, dan teori Instagram.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas analisis jenis penelitian yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisis data-data yang telah penulis dapatkan dari hasil sebuah penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi dari kesimpulan dan saran akhir penulisan dengan saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait.