

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah PT Telkom Indonesia

Konsep awal didirikannya Riyani The Label adalah konsep *women's muslim fashion*, sehingga riyani the label menggunakan *platform* media sosial di dalam operasional bisnisnya. Target pasar dari Riyani The Label adalah perempuan, karena riyani the label menyajikan produk *fashion* khusus perempuan selain mencari laba dalam pendiriannya juga ingin mengedukasi dalam memadupadankan *fashion* muslim agar tidak terlihat konvensional. Riyani The Label merupakan perusahaan milik Tri Muji Puspita Noviyani yang didirikan pada bulan Maret 2020 di Kendal, Jawa Tengah. Perusahaan ini memproduksi hijab serta menyalurkan hijab dari produsen lokal kepada konsumen dengan konsep *reseller*. Riyani The Label mempunyai tagline yaitu “*Our Suit Your Style*” yang berarti menyediakan berbagai jenis hijab dan *fashion* muslim yang *uptodate* dan simple sesuai dengan keperluan para wanita muslim di Indonesia.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

VISI:

Menjadi *brand* hijab dan *fashion* muslim wanita nomer 1 untuk wilayah jawa tengah, khususnya kendal-semarang-batang.

MISI:

1. Mengajak muslimah untuk berhijab dengan membuat hijab yang simpel dari bahan yang nyaman dipakai.
2. Mengajak muslimah ibu rumah tangga dan mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur* yang menjual produk riyani the label.

1.1.3 Logo Perusahaan

Adapun logo dari Riyani The Label adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023

Makna logo Riyani The Label: Makna pintu gold melambangkan UMKM membuka *entrepreneur* melalui *dropshiper* dan *reseller* sertamembuka wawasan tentang trend *fashion* terkini melalui produk yang diproduksi dan dipasarkan. Dan sesuai tagline “*Our Suit Your Style*” menyediakan semua produk untuk memenuhi kebutuhan gaya *customer*. Namariyani the label yaitu riyani adalah nama keluarga atau ibu owner menjadi ciri khas dari setiap produk yang dihasilkan berlabel riyani yaitu diproduksi oleh keluarga owner.

1.1.4 Produk dan Layanan

Sebagai Riyani the label adalah suatu bisnis usaha *online shop* dibidang *fashion*. Riyani The Label menjual produk *fashion* berjenis *women’s clothing* dengan kualitas tinggi. Seperti perusahaan lainnya, Riyani The label memiliki hambatan dalam penjualannya, yaitu kurangnya optimalisasi pengembangan *channel* penjualan dan kurangnya perusahaan dalam memanfaatkan media promosi. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat tidak peka terhadap keberadaan toko *online* Riyani the Label. Solusi dari hal tersebut adalah Riyani the Label harus memanfaatkan *channel* penjualan dan memanfaatkan media promosi untuk menginformasikan serta mempromosikan mengenai *channel* penjualan dan produknya.



Gambar 1. 2 Produk dan Layanan Riyani The Label

1.2 Latar Belakang

Sumber: Instagram @riyanithelabel

Saat Era Globalisasi merupakan dimana pada era ini penggunaan teknologi menjadi mudah dan penggunaan teknologi sendiri menjadi daya tarik suatu kemajuan negara. Kemajuan teknologi sendiri merupakan suatu yang tidak bisa dipungkiri untuk kehidupan manusia. Karena pada perkembangan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi memberikan banyak manfaat kepada manusia dengan memudahkan urusan-urusan dalam kehidupan sehari-hari. Awal ditemukannya teknologi berkembang secara lambat namun dilakukan secara dinamis. Dengan berkembangnya budaya dalam suatu negara dan pertumbuhan manusia teknologi berkembang semakin luas secara cepat dan pesat. Saat ini perkembangan teknologi informasi sangatlah pesat dan cepat termasuk di Indonesia sendiri. Dengan adanya teknologi pada dasarnya adalah untuk mempermudah manusia dalam menjalankan sesuatu hal. Teknologi informasi ini sudah banyak digunakan untuk memproses, mengolah data, menganalisis data untuk menghasilkan data atau informasi yang relevan, cepat, jelas, dan

akurat. Teknologi informasi sudah banyak digunakan di lembaga pemerintahan atau pun perusahaan swasta dan institusi lainnya. Dan perkembangan teknologi informasi ini pun telah membuka babak baru di lingkungan masyarakat, termasuk di dunia bisnis, saat ini para entrepreneur memanfaatkan teknologi informasi ini untuk perkembangan bisnisnya itu sendiri.

Internet merupakan sebuah alat yang berbentuk jaringan dengan sistem komunikasi global yang menghubungkan seluruh jaringan komputer di dunia sehingga segala informasi mudah untuk didapatkan. Jaringan komunikasi tersebut, akan menyampaikan beberapa informasi yang dikirim melalui transmisi sinyal dengan frekuensi yang telah disesuaikan. Pengembangan teknologi informasi tidak ada habis-habisnya. Sehingga, banyak sekali perubahan yang terjadi mulai dari informasi, komunikasi dan perangkat yang digunakan. Jika awal pengembangan internet digunakan untuk kebutuhan riset militer, maka untuk sekarang cakupannya lebih banyak lagi. Seperti penggunaan untuk bidang pendidikan, sosial, politik, budaya, militer, komunikasi, informasi, bisnis, dan lain sebagainya. Perkembangan internet di Indonesia semakin tahun pun semakin menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Sekarang saja, masyarakat Indonesia sudah bisa membuat akses internet dari berbagai jenis perangkat elektronik. Menurut informasi dari databooks, per Juni 2021 lalu, penetrasi internet di Indonesia telah mampu mencapai peringkat ke-7 di Asia Tenggara. Berdasarkan data tersebut, jumlah pengguna internet di dalam negeri mencapai 212,35 juta jiwa dari seluruh jumlah penduduk yang diperkirakan mencapai sekitar 276,36 juta jiwa. Perkembangan yang sangat cepat dari penggunaan internet di Indonesia tentu tidak bisa dilepaskan dari kemudahan untuk mengakses layanan tersebut.

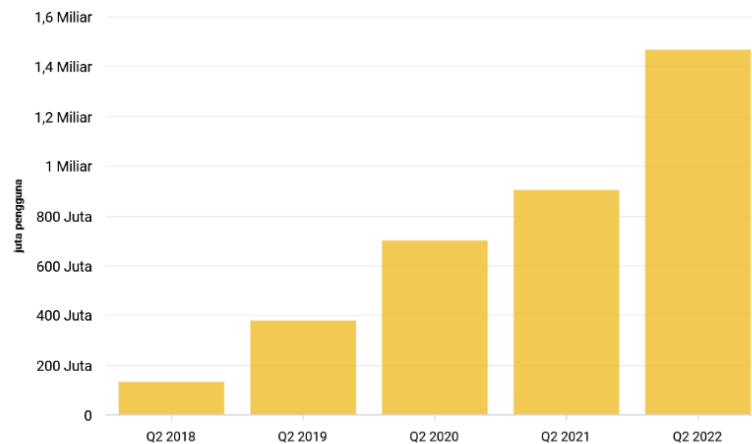
Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling

berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Sosial media menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam. Banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, menambah wawasan, dan masih banyak lagi. Manfaat media sosial menjadi alasan mengapa banyak orang menggunakan *platform* tersebut. Tidak sedikit yang menjadi kecanduan dan malah lebih senang berinteraksi di dunia maya daripada dunia nyata. Melalui media sosial masyarakat dapat dimudahkan untuk mendapatkan informasi, seperti berita terbaru, mengetahui aktivitas sosial, berita terbaru, dan bagi para pebisnis dapat mengembangkan bisnis mereka melalui promosi di sosial media. Dimulai dengan banyaknya bermunculan media sosial seperti, facebook, Instagram, tik tok, youtube dan media sosial lainnya.

Tik Tok adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dan platform *video music* dimana pengguna bisa membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek lengkap dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung. Namun tiktok menyediakan fitur belanja daring atau online yang memungkinkan siapa pun menghasilkan uang lewat fitur yang disediakan. Adalah TikTok Shop, fitur belanja online yang ditawarkan oleh platform TikTok. Melalui fitur ini, siapa pun dapat melakukan penjualan dan belanja secara online. Tak hanya berguna untuk berbagi informasi atau hiburan melalui video pendek, TikTok juga bisa dimanfaatkan untuk berbisnis. Manfaat TikTok untuk bisnis yang bisa menjadi pertimbanganmu dalam menggunakan TikTok sebagai media promosi usaha. Tiktok merupakan fenomena terbaru di kalangan anak muda di seluruh dunia.

Dari anak-anak hingga remaja, bahkan sebagian orang dewasa pun turut serta menikmatinya. Banyak orang yang hanya menjadikannya hiburan di

waktu senggang, namun tidak sedikit pula orang yang menjadikannya sebagai media untuk beradu popularitas. Di Tiktok, kita bisa menemukan berbagai macam video yang kita inginkan. Dari mulai tutorial, hiburan, musik, ilmu pengetahuan, bahkan sampai video joget- joget pun ada di dalamnya.



Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna Tiktok di Indonesia

Sumber: DataIndonesia.id

Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang direncanakan baik oleh pemerintah, swasta dan pelakunya usaha perorangan. Adapun UMKM yang melakukan promosi menggunakan media sosial yaitu Riyani The Label, pelanggan dari Riyani The Label merupakan orang- orang yang berasal dari kota kendal dan sekitarnya, konsumen Riyani The Label mayoritas merupakan perumpuan dari umur 16-50 tahun yang dimana mereka aktif di sosial media.

Di era globalisasi ini, tren *fashion* sangat diminati oleh segala kalangan. Baik dalam pakaian, aksesoris, sampai tas. Didukung oleh tren sosial media yang selalu menjadi kiblat dari segala tren. Terkhusus sosial media Tik Tok dan Instagram. Beberapa pelaku usaha yang bergerak di bidang *fashion* pun sudah

merajalela. *Fashion* sekarang ini adalah bisnis yang cukup besar dan menguntungkan. Seperti dikatakan oleh Jacky Mussry, Partner / Kepala Divisi Consulting & Research MarkPlus&Co, bahwa gejala ramai-ramainya berbagai produk mengarah ke fashion muncul tatkala konsumen makin ingin diakui jati diri sebagai suatu pribadi. Karena itu, mereka sengaja membentuk identitasnya sendiri dan kemudian bersatu dengan kelompok yang selaras dengannya. Inilah kebanggaan seseorang jika bisa masuk ke dalam apa yang sedang menjadi kecenderungan umum, karena berarti ia termasuk fashionable alias modern karena selalu mengikuti mode.

Berbagai perusahaan berlomba lomba untuk bersaing dengan melakukan berbagai cara dalam pemasarannya. Ada yang berhubungan langsung dengan target pasar maupun hanya yang memiliki pasar digital saja. Disisi lain perusahaan terus memperkuat pemasarannya agar mampu bersaing di era saat ini. Dalam segi operasional, sumber daya manusia, keuangan, strategi dll. perusahaan harus mampu untuk beradaptasi saat ini banyak perusahaan yang beralih untuk melakukan pemasaran digital.

Perkembangan penggunaan aplikasi Tiktok yang begitu pesat di Indonesia, dapat menjadikan Tiktok sebagai media promosi yang efektif dalam meningkatkan industry fashion di Indonesia. Salah satunya adalah Riyani The Label. Riyani The Label sendiri bergerak di bidang *fashion* dengan banyak kegunaan dan disertai model yang sejalan dengan arus fashion saat ini. Sebagai upaya memanfaatkan teknologi internet, serta untuk mencapai target pasar yang lebih luas. Maka UMKM Riyani The Label akan melakukan perkembangan promosi usahanya melalui media sosial Tiktok sebagai sarana sumber informasi dan komunikasi untuk menunjang keberhasilan serta keberlangsungan usaha agar tidak digerus oleh kemajuan zaman.

Pemilihan media sosial Tiktok untuk proses pemasaran secara *online* bagi Riyani The Label bukan suatu sebab karena seperti yang diketahui Riyani The Label masih kurang dalam memanfaatkan *conten marketing* untuk

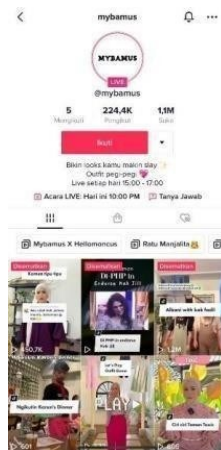
memasarkan produknya. Pemilik UMKM ini sangat ingin mengembangkan konten marketing dan meningkatkan penjualan pada Tiktok UMKM nya, akan tetapi karena owner tidak memiliki waktu luang untuk mengelola akun Tiktok. Hal ini bisa dilihat melalui postingan postingannya dan penjualan oleh UMKM ini. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM tersebut belum mampu untuk memanfaatkan pemasaran *social media* dan menyebabkan kurang minatnya pelanggan terhadap UMKM Riyani The Label.



Gambar 1. 4 Tiktok Riyani The Label

Sumber: Tiktok @riyanithelabel

Beda halnya dengan salah satu pesaing Riyani the Label, MyBamus memiliki followers, view dan like yang banyak. Sehingga promosi yang dilakukan berjalan dengan baik.



Gambar 1. 5 Pesaing Perusahaan

Sumber: Akun Tiktok @mybamus

Dalam riset ini obyek yang akan kita teliti adalah UMKM Riyani the Label. Oleh karena itu, penjabaran mengenai gambaran umum objek penelitian lebih mengarah pada suatu bisnis usaha online shop dibidang fashion. Riyani The Label menjual produk fashion dan hijab berjenis women's clothing dengan kualitas tinggi. Yang beralamatkan di Manggungmangu RT 7 RW1, Plantungan, Kendal.

Untuk itu dimana permasalahan yang dialami oleh UMKM Riyani the Label adalah kualitas konten yang kurang menarik dan promosi waktu yang lama sehingga membuat konsumen tidak mengetahui produk Riyani The Label. Maka penulis tertarik melakukan penelitian “Analisis Social Media Marketing Menggunakan Tiktok Pada UMKM Riyani The Label Tahun 2023”

1.3 Rumusan Masalah

Perumusan masalah berdasarkan latar belakang penelitian di atas adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana perancangan konten marketing di sosial media tiktok Riyani The Label
- b. Bagaimana penerapan konten marketin di media sosial Tiktok Riyani The Label

- c. Bagaimana Hasil Evaluasi UMKM Riyani The Label

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui perencanaan konten marketing pada UMKM Riyani The Label.
- b. Untuk mengetahui penerapan konten marketing pada UMKM Riyani The Label.
- c. Untuk mengetahui hasil evaluasi pada UMKM Riyani The Label.

1.5 Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu wujud kontribusi akademik dalam mengembangkan konsep Strategi Pemasaran serta menambah penelitian di bidang tersebut sebagai referensi penelitian selanjutnya.

- b. Kegunaan Praktis

Dapat digunakan sebagai literatur maupun bahan rujukan atau masukan bagi Riyani The Label.

1.6 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat Batasan masalah agar penelitian yang diteliti penulis akan dilakukan dengan lebih fokus dan dapat diperoleh hasil yang sesuai dengan perumusan masalah. Pembatasan masalah dilakukan untuk menghindari penyimpangan serta mempersempit lingkup topik yang akan dibahas. Berikut merupakan pembatasan masalah yang ditetapkan:

- a. Variable yang menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini adalah

bagaimana pembuatan konten marketing sosial media Tik Tok pada Riyani The Label.

- b. Objek penelitian ini adalah UMKM Riyani The Label..
- c. Periode pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan november sampai dengan juli 2023

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

Sistematika pada laporan penelitian ini berisikan setiap bab yang tersusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan penjelasan secara umum mengenai gambaran objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan penjelasan mengenai dengan berbagai teori seperti pemasaran, konsep pemasaran, manajemen pemasaran, *new media*, digital marketing, media sosial, *social media marketing*, berbagai aplikasi *Social Media Marketing*, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan analisis jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisis data serta pengolahan data

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas kesimpulan dan saran untuk penelitian ataupun pihak terkaitnya.