

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Objek Penelitian

Jahe Rempah Bilal merupakan kedai minuman rempah yang didirikan sejak 20 Desember 2020 dan terletak Jalan KH Ahmad Dahlan, Kelurahan Kerjasan, Kota Kudus (Kartika, 2022). Dilansir dari joglojateng.com, Jahe Rempah Bilal menawarkan berbagai macam menu berbahan dasar jahe yang sering diserbu konsumen. Kedai minuman jahe rempah memiliki peluang besar dalam penjualan, dikarenakan banyaknya peminat minuman jahe rempah serta sedikitnya pesaing yang membuka kedai jahe rempah (Hadi, 2022). Hasil wawancara terhadap pemilik Jahe Rempah Bilal, menyebutkan bahwa hasil penjualan rata-rata dalam sehari mampu mencapai 150 gelas minuman rempah jahe yang bervariasi (lampiran 1).



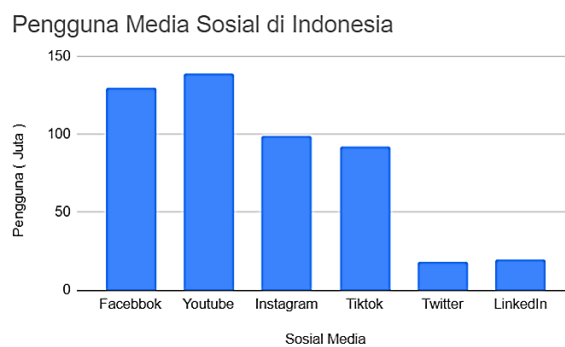
Gambar 1.1 Logo Jahe Rempah Bilal

Sumber: Pemilik Jahe Rempah Bilal

### 1.2 Latar Belakang

Sejak dahulu masyarakat telah memanfaatkan aneka minuman alami dari rempah-rempah baik berupa jamu ataupun minuman olahan lain. Masyarakat Jawa biasa menyebutnya dengan sebutan wedang empon-empon. Pada era Covid-19 masyarakat mulai banyak mengonsumsi minuman rempah. Minuman rempah memiliki khasiat untuk menambahkan imunitas (Khamidi et al., 2021).

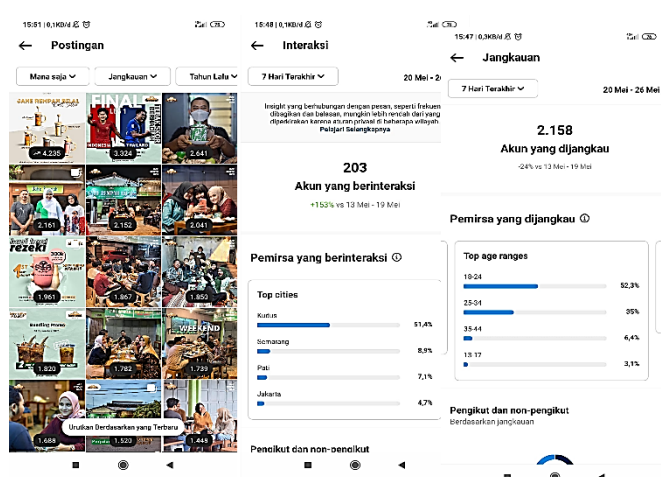
Media dan komunikasi ialah dua hal yang berguna dalam perihal meluaskan serta menyalurkan informasi (Arianti, 2017). Peningkatan teknologi informasi berdampak pada penyebaran informasi yang semakin mudah meluas, salah satunya dengan adanya sosial media. Data pengguna sosial media pada awal tahun 2022 meningkat sebesar 12,6% dari tahun 2021. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 21 juta. Metavers group yang terdiri dari media sosial Facebook dan Instagram merupakan media sosial yang paling banyak penggunanya yaitu sebesar 229,05 juta (Kemp, 2022). Data jumlah pengguna setiap media sosial di Indonesia disajikan pada Gambar 1.3.



Gambar 1. 2 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia

Sumber: dataportal.com

Objek penelitian ini adalah Jahe Rempah Bilal yang merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) aktif di media sosial Instagram dan bergerak pada bidang penjualan makanan. Gambar 1.4 merupakan *insight* aktif akun Instagram Jahe Rempah Bilal. Media sosial memiliki manfaat yang begitu besar bagi UMKM, diantaranya memudahkan komunikasi antara pengelola UMKM dan konsumen, menambah penjualan, mengembangkan pasar, membantu meningkatkan wawasan pengelola UMKM serta menunjang penjualan bidang usaha (Priambada, 2015). Hasil wawancara peneliti dengan pemilik Jahe Rempah Bilal, persaingan kedai wedang jahe di Kudus masih terbilang tidak begitu ketat disebabkan jumlah kedai yang menawarkan menu jahe rempah tidak lebih dari 10 kedai dan kedai jahe yang memanfaatkan media sosial terdapat 1 kompetitor (lampiran 1).



Gambar 1.3 Data Insight Instagram Jahe Rempah Bilal

Sumber: Instagram Jahe Rempah Bilal

Berlandaskan uraian diatas, melalui tesis ini peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana hasil dari aktivitas media sosial Instagram terhadap tingkat keputusan pembelian oleh masyarakat, yang berikutnya hendak mempengaruhi tingkat pemasaran Jahe Rempah Bilal.

### 1.3 Perumusan Masalah

Era covid-19 masyarakat mulai berupaya meningkatkan system imun masing-masing (Buana, 2020). Masyarakat mulaiantisipasi penularan covid-19 dengan mengkonsumsi minuman jahe (Aryanta, 2019). Masyarakat percaya akan manfaat jahe yang dipercaya mampu untuk mengobati sesak nafas. Perilaku masyarakat ini adalah tindakan- tindakan individu yang secara pribadi terlibat pada menerima produk, megkonsumsi & menghabiskan produk yang diinginkan. Jahe rempah bilal merupakan salah satu kedai yang menjual berbagai macam menu jahe. Minuman jahe menjadi priamdona di kedai tersebut (Kartika, 2022).

Kemajuan teknologi media yang amat cepat dan dengan perkembangan teknologi- teknologi yang semakin hari semakin meningkat baik itu di negeri indonesia ataupun diseluruh dunia. Dalam perihal ini khususnya negeri Indonesia hadapi peningkatan pemanfaatan Media Sosial. indonesia mengalami perkembangan pemanfaatan media sosial yang menempatkan indonesia saat ini

dengan menduduki urutan ke 3 dengan pemakai internet terbanyak sesudah Tiongkok (Hendra & Laugu, 2020). Media sosial instagram menempati urutan ketiga terbanyak pengguna terbanyak di Indonesia (Kemp, 2022). Masyarakat Indonesia meletakkan atensi yang besar kepada media sosial akibatnya nampak dari 64% masyarakat bisa mengakses internet dengan lama pada umumnya 7 jam 59 menit hingga dengan 8 jam (Hendra & Laugu, 2020).

Jahe Rempah Bilal merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada bidang F&B. Banyaknya bisnis F&B di Kabupaten Kudus untuk menaikkan penjualan diperlukan perkembangan dan evaluasi. Sosial media menjadi fenomena yang sedang banyak dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan minat beli suatu produk. Media sosial menjadi peran penting untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Selain menjadi sarana media komunikasi, sosial media juga memiliki manfaat untuk media promosi serta menciptakan *brand image* suatu produk kepada masyarakat.

Berikut merupakan perumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah pengaruh aktivitas pemasaran sosial media terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah pengaruh aktivitas pemasaran sosial media terhadap *customer engagement*?
3. Apakah pengaruh *customer engagement* terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah pengaruh aktivitas pemasaran sosial media terhadap *brand equity*?
5. Apakah pengaruh brand equity terhadap E-WOM (*electronic word of mouth*)?
6. Apakah pengaruh E-WOM terhadap keputusan pembelian?

#### **1.4 Tujuan Penelitian Masalah**

Bersumber pada rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, sehingga tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui dampak *social media marketing activity (SMMA)* terhadap keputusan pembelian.

2. Mengetahui dampak *social media marketing activity* terhadap *customer engagement*.
3. Mengetahui dampak *customer engagement* terhadap keputusan pembelian.
4. Mengetahui dampak aktivitas pemasaran social media terhadap *brand equity*.
5. Mengetahui pengaruh brand equity terhadap E-WOM.
6. Mengetahui pengaruh E-WOM terhadap keputusan pembelian.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Peneliti berkeinginan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan untuk periset berikutnya dengan pokok variabel yang serupa serta untuk memperluas wawasan pembaca.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi materi rujukan industri, terkhusus seperti objek riset yang digunakan, yaitu Jahe Rempah Bilal untuk memaksimalkan penjualan dan memperoleh tingkatan pemasaran produk yang lebih baik.

## **1.6 Sistematika Penulisan Penelitian**

Sistematika penulisan tesis adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mengandung perihal cerminan umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat serta sistematika penulisan penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini mengulas mengenai dasar teori serta riset terdahulu, kerangka pikiran, asumsi, dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan variabel penelitian serta pernyataan operasional, penetapan sampel, kategori serta sumber informasi, metode pengumpulan informasi serta metode analisa.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan pemaparan objek penelitian, analisa data, serta pembahasan.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan serta saran dari hasil penelitian yang sudah dilakukan.