

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

Tahun 2012 menjadi awal di mana ibu rumah tangga bernama Lilies Komariah berkecimpung dalam dunia Industri Makanan , bergerak di sektor makanan dan memiliki spesialisasi dalam produksi makanan tradisional Jawa Barat yakni Cireng atau “Aci Goreng” dengan Variasi Rasa Yang Unik. Bisnis Yang didirikan dan awalnya dikerjakan sendiri oleh Ibu Lilies, Dibantu Ana dan suami, kini terus berkembang membuka banyak lapangan pekerjaan. Dari yang awalnya hanya merekrut seorang pekerja, saat ini Cireng LS memiliki 15 orang yang mayoritas adalah ibu rumah tangga turut diberdayakan untuk membantu perekonomian mereka, Pun 15 orang tersebut yang bertanggung jawab sebagai divisi Produksi, pemasaran dan promosi.

Usaha Cireng LS melejit berkat inovasi nama produknya yang unik yakni “Rujak Cireng”. Siapa yang sangka bisnis yang awalnya hanya bermodalkan RP. 200.000, Kini berkembang pesat dengan mampu meraih rata-rata omzet transaksi bulanan mencapai Rp. 300 Jutaan perbulan. Pada masa awal berdiri, Cireng LS hanya mengandalkan pemasaran secara online, baik melalui Marketplace atau aplikasi pemesanan makanan seperti GoFood, walaupun hanya mengandalkan jaringan digital, Cireng LS mampu meraup untung yang sangat besar. Cireng LS saat ini telah mampu memproduksi sebanyak 7 ton Rujak Cireng setiap bulannya, tren positif ini terjadi semenjak Cireng LS menjadi mitra binaan Pertamina pada Tahun 2020 lalu sehingga kapasitas produksinya makin meningkat.

Cireng LS sangat menjaga kualitas dari produknya dan memastikan bahwa produk rujak cireng yang mereka produksi harus terjamin kualitasnya, berupa memiliki rasa lembut di dalam dan renyah di luar, beraneka ragam rasa dan tidak meledak Ketika di goreng seperti Cireng pada umumnya. keunggulan ini, Cireng LS sangat percaya diri untuk memasarkan produk ke berbagai daerah di Indonesia.

Cireng LS mendapatkan Apresiasi Dari PT. Pertamina Indonesia yang disampaikan oleh perwakilan unit Manager Communication, Relations & CSR Reginal Jawa Barat, Eko Kristiawan, karena mengangkat kuliner khas daerah dan bisa menyediakan banyak lapangan pekerjaan pada Tahun 2020. Terhitung sejak terbentuknya usaha ini pada tahun 2012 yang beralamat lengkap di Komplek Griya Bandung Indah Blok H 10, No 5 A. Ciwastra. Bandung sebagai kantor pusat dan sebagai tempat kegiatan Produksi, sampai pada akhirnya bisa membangun pabrik produksi dan distribusi sendiri, Cireng LS telah menciptakan pengalaman terbaik untuk parapecinta makanan tradisional tiap tahun-nya. Cireng LS secara konsisten telah menuai berbagai macam bentuk umpan balik, dalam bentuk kritik, apresiasi, keluhan, serta saran yang semuanya sudah ditanggapi dan dijalankan dengan baik oleh UMK Cireng LS.

1.1.2 Visi dan Misi CV. Global Best LS

Dalam menjalankan bisnisnya CV. Global Best LS memiliki visi dan misi untuk mencapai tujuan perusahaan. Adapun visi dan misi CV. Global Best LS:

1. Visi

Menjadi makanan tradisional unggulan yang berkualitas dengan cita rasa yang terbaik dalam mengangkat kuliner daerah dan untuk menjadi perusahaan jaringan kuliner & distribusi terbesar di Indonesia.

2. Misi

- a. Membuat Inovasi Kuliner Bernuansa Tradisional yang memiliki kualitas produk setiap tahunnya (Aman & Halal, Layanan prima terjangkau)
- b. Membuat pelayanan Customer yang terbaik.
- c. Menjaga Profitabilitas Bisnis Mitra yang berkelanjutan.
- d. Mensejahterakan Karyawan Dan Kontribusi Riil Penambahan Nilai Dalam Masyarakat

1.1.3 Logo dan Makna Logo CV. Global Best LS



GAMBAR 1. 1

Logo CV. Global Best LS

Sumber : Dokumentasi Perusahaan, diakses Oktober 2024

Filosofi dan makna yang terkandung dalam logo serta nama pemilik usaha, Lilis Komariah. Filosofi ini tercermin melalui inisial "L" dan "S" yang membentuk lingkaran, simbol dari kolaborasi dan teamwork di dalam suatu organisasi. Inisial "L" merujuk pada nama pemilik, Lilis Komariah, dan membawa makna kebersamaan dalam berusaha. Sedangkan inisial "S" menggambarkan makna dari kata "Seuhah," yang dalam bahasa Sunda memiliki arti dan ekspresi rasa "pedas." Ini mencerminkan karakter kuat dan tekad dalam menjalani bisnis.

Selain itu, filosofi warna dalam logo juga dijelaskan. Warna ungu tua melambangkan spiritualitas, keagungan, dan kebijaksanaan, yang menjadi nilai yang dijunjung tinggi dalam usaha. Warna hijau toska dan gradasinya merepresentasikan pertumbuhan dalam bisnis, kemajuan, kemakmuran, serta semangat inovasi untuk menciptakan produk unggulan dan tetap bersaing di pasar.

1.1.4 Produk/Layanan

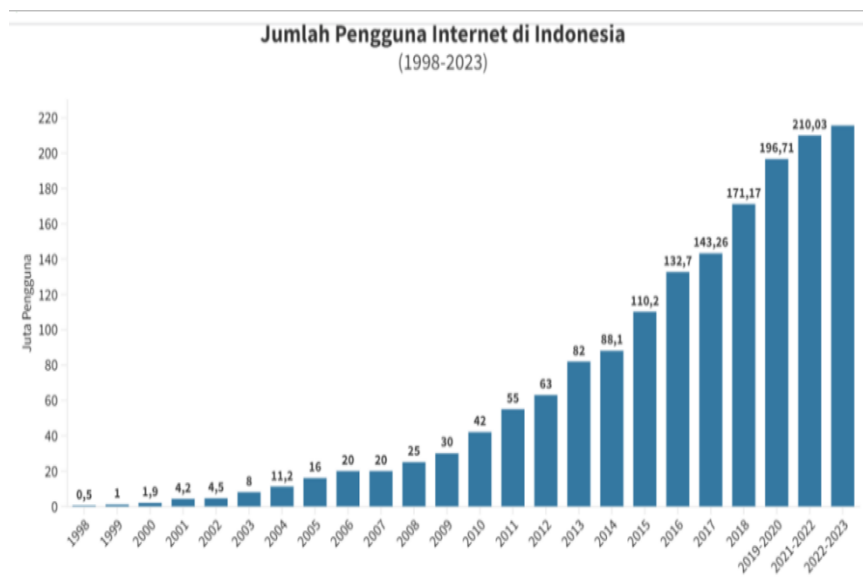
Dengan mengedepankan pengalaman pelanggan yang baik, Cireng LS menawarkan berbagai pilihan produk, mulai dari Rasa Original, Rasa Udang, Rasa Keju, Bakso Cireng Rasa Pedas, hingga Cireng Daun Hot Lava. Setiap varian produk yang Cireng LS tawarkan dirancang untuk memenuhi keinginan pecinta kuliner dengan citarasa yang autentik dan kualitas terbaik.

Tabel 1.1 Daftar Harga Produk Cireng LS

No	Produk	Harga
1.	Rujak Cireng LS RasaOriginal (500 gr)	Rp. 22.999
2.	Rujak Cireng LS RasaUdang (500 gr)	Rp. 22.999
3.	Rujak Cireng LS Rasa Keju	Rp. 22.999
4.	Bakso Cireng LS RasaPedas	Rp. 14.999
5.	Cireng Daun Hot Lava	Rp. 15.999

1.2. Latar Belakang

Perkembangan Teknologi hingga pemakaian internet saat ini terus mengalami peningkatan, Termasuk di Indonesia. Berdasarkan sumber yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2022 hingga 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai angka 215,63 juta orang, perkembangan tersebut telah mempengaruhi seluruh aspek kegiatan Manusia termasuk Pemasaran. Pemasaran memegang peran yang begitu besar pada sebuah bisnis. Setiap bisnis harus memiliki strategi tepat dan efisien untuk menjangkau pasar secara luas, hal ini berkaitan dengan keberlangsungan hidup suatu bisnis tergantung strateginya merebut hati konsumen. Dengan berkembangnya internet semakin membuka peluang para pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara digital.



GAMBAR 1. 2

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Sumber: <https://apjii.or.id/>)
 Sumber : Data Perusahaan, diakses 1 Oktober 2023

Penggunaan media promosi berbasis digital ini memberikan dampak positif kepada pelaku usaha khususnya UMKM dalam pengembangan Bisnisnya. Pemanfaatan media digital untuk optimalisasi pemasaran besar-besaran menjadikan pemilik bisnis harus bisa mengubah cara interaksi mereka dengan pelanggan (Degbey and Pelto 2021:100858) . Kehidupan masyarakat mengalami perkembangan teknologi yang cepat dan memungkinkan masyarakat menjalani kehidupan yang lebih cepat, efisien, dan produktif. Perkembangan teknologi ini juga membawa perubahan pada aktivitas media sosial (Jesslyn and Winduwati 2021:35). Penggunaan media sosial saat ini sangat tinggi dan memiliki dampak yang signifikan, sehingga menjadi lebih mudah untuk mendapatkan informasi apa pun (Harmelia and Edriani 2021).

Media sosial telah memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan dapat digunakan dengan biaya yang relatif rendah untuk iklan. Media sosial telah berkembang pesat seiring perkembangan zaman, terutama di masyarakat Indonesia. Media sosial adalah cara bagi orang untuk mengetahui berita terbaru dan berinteraksi dengan orang lain. Adanya media baru, atau "new media", adalah platform di mana orang dapat mengetahui perkembangan berita terbaru dan bersosialisasi dengan orang lain (Jesslyn and Winduwati 2021:35). Aplikasi media sosial seperti Instagram menjadi populer di Indonesia (Olivia and Rusdi 2022).

Penggunaan media promosi berbasis digital ini memberikan dampak positif kepada pelaku usaha khususnya UMKM dalam pengembangan Bisnisnya. Pemanfaatan media digital untuk optimalisasi pemasaran besar-besaran menjadikan pemilik bisnis harus bisa mengubah cara interaksi mereka dengan pelanggan (Degbey and Pelto 2021: 100858). Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan Anda mengunggah foto dan video. Saat ini, banyak lembaga pendidikan memiliki akun Instagram yang dirancang khusus untuk berkomunikasi dengan siswa (Olivia and Rusdi 2022). Instagram, sebagai alat promosi, sangat populer di kalangan remaja dan masyarakat umum (Harmelia and Edriani 2021). Instagram telah berubah menjadi fasilitator online yang memungkinkan strategi pemasaran untuk memperkenalkan merek kepada masyarakat melalui influencer dan membangun

ikatan sosial dengan pengguna (Jesslyn and Winduwati 2021:35). Untuk menarik basis pelanggan yang lebih besar dan memastikan kemajuan bisnis yang berkelanjutan, *Cireng LS* harus memiliki pemahaman yang menyeluruh tentang optimalisasi penjualan melalui platform sosial media marketing. *Cireng LS* yang awalnya mengandalkan pemasaran melalui Marketplace atau aplikasi pemesanan makanan seperti GoFood, sejak 8 September 2017 mulai menggunakan platform instagram, terpantau hingga 27 Februari 2023 telah menghasilkan sebanyak 545 postingan dan berhasil memperoleh pengikut berjumlah 10.900, namun keberlangsungan dan keberlanjutan penggunaan platform instagram ini terhenti hingga 27 Februari 2023. Sebagai salah satu media untuk menarik basis pelanggan yang lebih besar dan memastikan kemajuan bisnis yang berkelanjutan, *Cireng LS* perlu melakukan pendataan dan analisis yang berbasis data sebagai salah satu upaya untuk optimalisasi penjualan melalui platform sosial media marketing.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, Penulis memiliki ketertarikan untuk menjalankan sebuah penelitian mengenai bagaimana implementasi manajemen konten meliputi aspek *share*, *optimize*, *manage* dan *engage* dengan judul “**Implementasi Manajemen Konten Pada Akun Media Sosial Instagram @Cirengls_Official Tahun 2023**”.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana aspek *share* pada akun sosial media @cirengls_official?
2. Bagaimana aspek *optimize* pada akun sosial media @cirengls_official?
3. Bagaimana aspek *manage* pada akun sosial media @cirengls_official?
4. Bagaimana aspek *engage* pada akun sosial media @cirengls_official?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan diatas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui aspek *share* pada akun sosial media @cirengls_official.

2. Untuk mengetahui aspek *share* pada akun sosial media @cirengls_official
3. Untuk mengetahui aspek *manage* pada akun sosial media @cirengls_official.
4. Untuk mengetahui aspek *engage* pada akun sosial media @cirengls_official.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu :

1.1.5 Bagi Penulis

Diharapkan hasil penelitian ini mampu menambah pengetahuan dan pengalaman saya khususnya di bidang *marketing* khususnya dalam implementasi manajemen akun (*share, optimize, manage, engage*) media sosial sebagai salah satu strateginya, dan merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh nilai pada Mata Kuliah Riset Pemasaran serta memperoleh gelar Diploma-III pada program studi D3 Manajemen Pemasaran Telkom University.

1.1.6 Bagi Manajemen CV. Global Best LS

Diharapkan hasil dari penelitian ini mampu dijadikan bahan evaluasi dan masukan kepada pihak Manajemen CV. Global Best LS sebagai dasar pertimbangan dalam menggunakan akun sosial media instagram sebagai media pemasaran.

1.1.7 Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi bahan referensi bagi pembaca mengenai strategi dalam implementasi pemasaran dengan menggunakan akun sosial media instagram sebagai media pemasarannya.

1.6. Batasan Penelitian

Pembatasan masalah dilakukan untuk menghindari penyimpangan serta mempersempit lingkup topik yang akan dibahas. Berikut merupakan pembatasan masalah yang ditetapkan:

1. Penelitian berfokus pada pembahasan mengenai implementasi manajemen dari aspek *share, optimize, manage, engage* pada akun sosial media @cirengls_official.

2. Objek penelitian yang digunakan adalah akun akun sosial media @cirengls_official.
3. Penelitian ditujukan untuk followers Instagram @cirengls_official dan konsumen Cireng LS
4. Jangka waktu penelitian dimulai dari bulan Oktober 2023 hingga bulan Juni 2024.

1.7. Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini dibuat untuk memberikan sebuah gambaran secara umum mengenai penelitian yang telah Penulis lakukan. Gambaran umum ini juga dibuat untuk memberikan kejelasan mengenai hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab 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 (bila ada).

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika

pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.