

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Roti Panas



**GAMBAR 1.1**

Profil Perusahaan

*sumber* : Dokumentasi CV. Karinding, 2024

CV Karinding merupakan sebuah perusahaan yang didirikan pada tahun 2011 di Bandung dengan alamat di Jl. Sekar Gambir II No. 2 (Kliningan). Perusahaan ini memiliki status sebagai CV (Commanditaire Vennootschap) atau perusahaan perseorangan dan didirikan dengan latar belakang keinginan untuk berwirausaha. CV Karinding memiliki beberapa unit usaha, salah satunya adalah unit usaha perdagangan.

Dalam unit usaha perdagangan ini, CV Karinding mengelola beberapa bisnis, termasuk usaha Bakery dengan dua toko utama, yaitu Rotipanas Bakery & Coffee yang berlokasi di Jl. Kliningan dan Toko Roti Mamamusa yang berada di Jl. Tubagus Ismail. Kedua toko roti ini dikenal dengan produk-produk roti berkualitas yang ditawarkan dengan harga terjangkau.

Roti Panas merupakan salah satu unit usaha di bawah naungan CV Karinding yang didirikan pada November 2014. Pemilik dari Roti Panas adalah Pak Widi, yang pada awalnya tidak memiliki latar belakang

di bidang kuliner. Dalam upaya mendirikan toko roti ini, Pak Widi membuka lowongan pekerjaan untuk mencari baker profesional, proses yang memakan waktu hingga tiga bulan.

### **1.1.2 Visi dan Misi Roti Panas**

a. Visi

Memberikan pelayanan unggul yang memenuhi seluruh kebutuhan konsumen dan klien dengan menyajikan produk roti dan kue yang tidak hanya halal namun juga berkualitas tinggi.

b. Misi

- 1) Menjadi penyedia terkemuka dan dipercaya dalam menyediakan produk roti dan kue yang berkualitas tinggi serta bermutu, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan standar terbaik. Roti panas senantiasa berupaya maksimal untuk tetap profesional dan etis dalam tata laku bisnis, hingga menambah nilai lebih di mata konsumen dan klien.
- 2) Menjaga profesionalitas dan etika dalam setiap aspek bisnis kami. Kami berkomitmen untuk memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan dan klien kami, dengan terus meningkatkan standar layanan kami.

### **1.1.3 Logo dan Makna Logo**



**GAMBAR 1.2**

Logo Roti Panas

*Sumber* : Dokumentasi CV. Karinding, 2024

#### 1.1.4 Produk Roti Panas

Bahan baku dari semua produk yang ada di Roti Panas adalah terigu, telur, mentega, butter, gula, susu dan lain-lain. Bahan baku didapatkan dari supplier di berbagai kota. Cara memperoleh bahan baku, Roti Panas bekerja sama dengan berbagai supplier, dan memiliki kontrak kerja sama, sehingga pihak dari Roti Panas tinggal menghubungi supplier untuk sejumlah kebutuhan bahan baku. Produk yang dijual adalah Roti Tawar, Roti Manis, Cookies, Croissants, Roti Baguette dan lain-lain. Harga yang di bandrol cukup terjangkau yaitu mulai dari Rp.9.000 s/d Rp.29.000.

**TABEL 1.1**

Daftar Produk Roti Panas 2024

Menu	Harga	Keterangan
Blueberry	IDR 9,000,00	
Kupas Long	IDR 29,000,00	
Croissant Almond	IDR 20,000,00	
Strawberry Cheese Cake	IDR 15,000,00	

Menu	Harga	Keterangan
Soft Cookies Red Velvet	IDR 15,000,00	

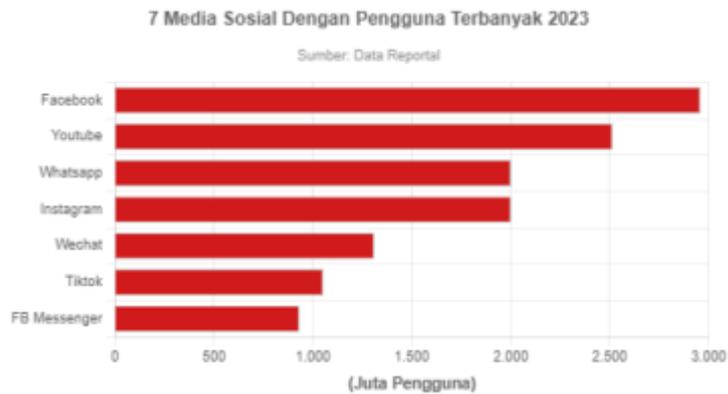
Sumber : Data CV. Karinding, 2024

## 1.2 Latar Belakang

Kemajuan era digital saat ini banyak membawa keuntungan dan kemudahan bagi manusia. Salah satu aspek yang mendapatkan banyak pengaruhnya adalah bisnis. Dengan adanya internet, pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Salah satu cara memudahkan suatu bisnis yaitu menggunakan media sosial. Kemajuan teknologi dan banyaknya pengguna media sosial membawa nilai tambah bagi platform tersebut. Media sosial dapat menjangkau calon pelanggan yang lebih luas dan menjadi target pasar. Penggunaan media sosial untuk strategi pemasaran bisnis disebut pemasaran media sosial. Seperti namanya, pemasaran media sosial bertujuan untuk mempromosikan produk dan layanan melalui media sosial atau layanan digital. Jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat sangat beragam.

Terdapat beberapa jenis media sosial yang sering digunakan dan cocok untuk perkembangan bisnis seperti *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Line* dan *TikTok*.. Dengan menggunakan platform media sosial tersebut, akan memudahkan para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya dan menjadikan peluang yang besar namun harus diimbangi dengan keterampilan *marketing* yang baik dan desain konten yang mampu menarik perhatian konsumen (Agusti, 2022)

Berikut adalah tujuh media sosial paling populer dengan pengguna terbanyak di Indonesia pada tahun 2023.



**GAMBAR 1.3**

Tujuh Media Sosial Paling Populer 2023

*Sumber : Data Goodstate Tahun 2023*

Berdasarkan data survei dari *Goodstats*, dari banyaknya media sosial yang digunakan di Indonesia, Salah satu platform media sosial yang populer di indonesia adalah Instagram. Mengutip data survei dari *Goodstats*, Instagram adalah media sosial keempat yang paling aktif digunakan oleh pengguna internet di Indonesia, Jelas kita tidak boleh melupakan Instagram dalam kegiatan sosial media marketing. Pada awalnya instagram hanya berfungsi sebagai penyalur informasi saja namun saat ini Instagram telah mengakselerasi fitur-fitur agar dapat dimanfaatkan pebisnis untuk mengoptimalkan penjualan. Fitur-fitur tersebut diantaranya terdapat bio dan *link website, feeds, story, highlight, ig ads dan ig shopping*.

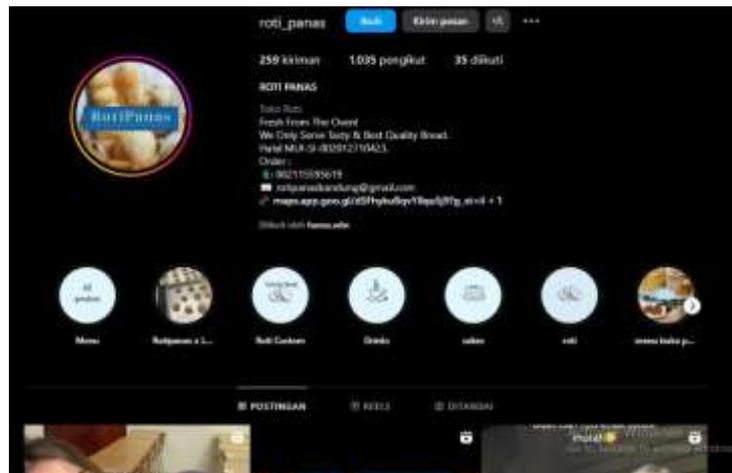
Instagram erat kaitannya dengan konten terkhusus konten pemasaran yang dimana menurut Kotler dalam (Cahyaningtyas & Wijaksana 2021) *Content Marketing* adalah pendekatan pemasaran yang melibatkan pembuatan proses, pengumpulan informasi yang akurat dan terkini, dan menyediakan konten yang menarik dan bermanfaat bagi konsumen atau audiens yang terdefinisi dengan baik. *Content marketing* memudahkan seseorang untuk menemukan informasi dengan mudah melalui platform media sosial yang biasanya bisa berbentuk foto/vidio sebagai bahasa non verbal, dan caption sebagai bahasa verbal. Konten yang menarik dapat efektif mempengaruhi orang untuk melakukan pembelian jika konten yang ditampilkan menarik,

caption yang disampaikan memuat ajakan untuk membeli produk dan menjaga eksistensi.

Produk yang saat ini mengurang eksistensinya adalah roti panas yang berlokasi di Bandung. Mungkin tidak asing mendengar nama ini di beberapa daerah, namun tidak dipungkiri juga masih ada masyarakat yang tidak mengetahui misalnya bagaimana bentuk dan rasa dari roti panas. Dilansir dari Kumparan, roti panas bandung merupakan toko roti yang underrated karena bagi sebagian orang yang tidak tahu, toko roti ini diusung dengan konsep yang menarik sesuai dengan namanya “roti panas”. Roti yang akan dibeli dapat dipanaskan terlebih dahulu sehingga ketika dimakan akan ada sensasi empuk, panas dan *fresh*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik roti panas yang bernama Annisa Lestari pada tanggal 27 September 2023 jam 15:00 WIB, diketahui bahwa roti panas mengalami beberapa kendala diantaranya adalah kurangnya pengembangan konten marketing pada instagramnya. Pada media sosial Instagram terdapat fitur insight atau jangkauan pada akun instagram khusus bisnis. Akun bisnis instagram ini memang lebih unggul dibanding akun pribadi. Karena jangkauan di akun bisnis instagram jauh lebih luas. Media sosial instagram @roti\_panas memiliki jumlah pengikut 1.035 dan postingan foto sebanyak 256 postingan per 04 Desember 2023.

Berikut beberapa *Instagram account* dari beberapa pelaku bisnis *bakery*:



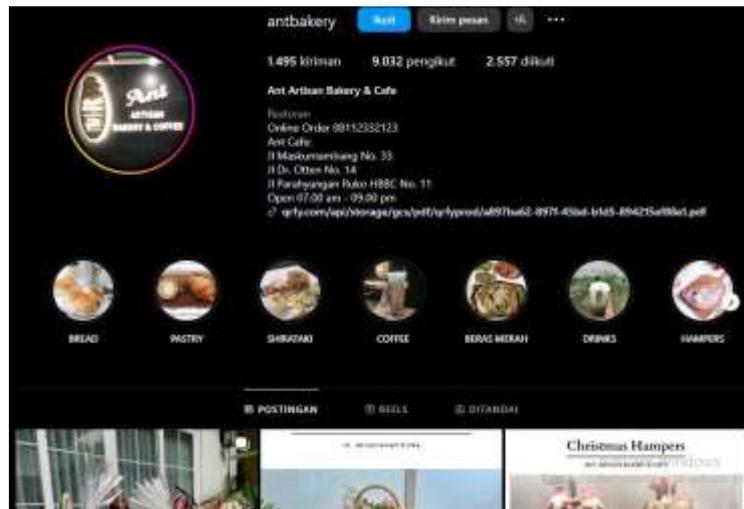
**GAMBAR 1.4**

#### Akun Instagram Roti Panas

*sumber* : [https://www.instagram.com/roti\\_panas/](https://www.instagram.com/roti_panas/), Diakses 04 Desember 2023

Akun media sosial Instagram @roti\_panas telah membagikan sebanyak 256 postingan yang terdiri dari feeds dan reels yang beragam. Dalam perjalanan konten, akun ini telah berhasil menarik perhatian 1.035 pengikutnya. Dalam upaya untuk memperluas keterlibatan, akun ini telah melampirkan informasi kontak seperti Nomor WhatsApp, Alamat E-Mail, dan tautan Google Maps di dalam bio profilnya.

Meskipun demikian, ada aspek yang masih perlu perhatian lebih, terutama terkait desain konten yang kurang menarik. Meskipun telah menggunakan fitur sorotan untuk menonjolkan konten-konten penting, desain secara keseluruhan masih perlu perbaikan untuk meningkatkan daya tarik visual dan daya tarik pengikut potensial



**GAMBAR 1.5**

Akun Instagram Ant Bakery

sumber : <https://www.instagram.com/antbakery/>, Diakses 04 Desember 2023

Dalam membandingkan akun Instagram antara Roti Panas dan Ant Bakery, terdapat perbedaan yang cukup mencolok dalam sejumlah aspek kunci. Roti Panas memiliki total postingan sebanyak 1.495, yang mencakup berbagai konten seperti feeds dan reels, dengan jumlah pengikut sebanyak 9.032. Di samping itu, mereka juga telah menautkan nomor WhatsApp dan menyertakan menu pada bagian bio akun mereka. Selain itu, mereka telah menggunakan fitur sorotan untuk menampilkan konten-konten unggulan.

Sementara itu, Ant Bakery juga memiliki desain konten yang terbilang sangat baik, dengan tingkat definisi tinggi (HD) dan *tone* yang sesuai. Dari segi desain konten, Ant Bakery mampu menampilkan konten yang lebih menarik dan atraktif dibandingkan dengan akun Roti Panas sehingga memberikan kesan yang lebih profesional dan menarik bagi pengunjung akun Instagram mereka.



**GAMBAR 1.6**

Akun Instagram Roti Nougat

sumber : <https://www.instagram.com/rotinougatcompany/>, Diakses 04

Desember 2023

Terdapat perbedaan signifikan dalam pendekatan konten dan interaksi dengan pengguna. Akun Instagram Roti Panas, dengan 256 postingan dan 1.035 pengikut, telah melangkah lebih jauh dalam penggunaan platform. Mereka telah menautkan No WhatsApp, alamat email, serta link Google Maps pada bio mereka, menunjukkan upaya untuk memberikan aksesibilitas yang lebih luas kepada pengikutnya. Selain itu, mereka juga telah menggunakan fitur sorotan, yang membantu dalam menampilkan konten-konten utama mereka secara terorganisir. Namun, kendati telah memiliki strategi ini, desain konten yang mereka tampilkan masih dianggap kurang menarik.

Di sisi lain, akun Roti Nougat memiliki 71 postingan dan 1.069 pengikut. Meskipun jumlah postingan dan pengikutnya lebih sedikit banyak daripada Roti Panas, mereka berhasil menarik perhatian dengan desain yang bagus, meskipun masih dianggap kurang menarik secara keseluruhan. Namun, yang menjadi perhatian adalah bahwa mereka hanya menautkan alamat toko saja di bio mereka, tidak memberikan informasi kontak tambahan atau memanfaatkan fitur sorotan untuk menyoroti konten terbaik mereka.

Kesimpulannya, meskipun Roti Panas memiliki lebih banyak postingan dan menggunakan fitur-fitur yang lebih lengkap, seperti tautan kontak dan fitur

sorotan, mereka masih memiliki kekurangan dalam desain konten yang menarik. Di sisi lain, Roti Nougat dengan desain yang bagus namun kurang menarik, belum maksimal dalam memanfaatkan fitur-fitur yang bisa meningkatkan interaksi dan kemudahan akses bagi pengikutnya.

**TABEL 1.2**

Perbandingan Akun Instagram Roti Panas dan Pesaing

<b>Roti Panas</b>	<b>Ant Bakery</b>	<b>Roti Nougat</b>
Postingan berjumlah 256 dan Followers berjumlah 1.035	Postingan berjumlah 1.495 dan Followers berjumlah 9.032	Postingan berjumlah 71 dan Followers berjumlah 1.069
Menautkan No <i>WhatsApp</i> , Alamat <i>Email</i> dan link Google Maps pada bio	Menautkan No <i>WhatsApp</i> , dan menu pada bio	Hanya menautkan alamat toko saja
Sudah menggunakan fitur sorotan	Sudah menggunakan fitur sorotan	Tidak menggunakan fitur sorotan
Desain konten kurang menarik	Desain konten HD dan <i>tone</i> sesuai	Desain bagus namun kurang menarik

*Sumber: Hasil Pengolah Data, 2024*

Selain berusaha untuk meningkatkan pendapatan melalui penjualan, Roti Panas juga harus bersaing dengan kompetitornya. Munculnya merek roti lain seperti Ant Bakery, Roti Nougat dan lainnya membuat persaingan di sektor ini semakin ketat. Oleh karena itu, Ibu Annisa selaku pemilik Roti Panas berusaha menarik konsumen sebanyak banyaknya untuk meningkatkan penjualan. Pelaku bisnis aktif melakukan inovasi produk, melakukan promosi dan berinteraksi dengan pelanggan di Instagram. Meningkatnya intensitas persaingan dan banyaknya kompetitor mengharuskan setiap pelaku bisnis harus memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih memuaskan dari apa yang diharapkannya. Sehingga dalam situasi seperti sekarang ini, pengusaha memerlukan strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen dan masyarakat secara luas. Oleh karena itu, strategi yang terencana sangat diperlukan guna mendapatkan perhatian dan hati masyarakat. Dengan melakukan promosi melalui konten yang kreatif dan menjalin komunikasi yang baik, diharapkan agar para masyarakat bisa lebih mengenal dan mengetahui produk yang ditawarkan dengan mudah dan lebih baik lagi. Konten yang kreatif

dan membangun interaksi dengan pelanggan dengan baik tentu dapat membuat perusahaan lebih mudah dalam menangkap pangsa pasar.

Sebelumnya, akun instagram Roti Panas dipegang oleh Ibu Nida sebagai admin Instagram akan tetapi sampai saat ini dinilai kurang efektif. Sebagai upaya mengefektifkan pemasaran digital yang dilakukan roti panas melalui media sosial instagram, maka perlu diperhatikan dalam pembuatan *content marketing* yang memuat ajakan untuk membeli kepada calon pelanggan terkait pemasarannya. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema **“Implementasi Manajemen Konten Marketing Pada Akun Instagram Roti Panas Tahun 2024”**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan konten marketing pada akun Instagram @Roti\_panas?
2. Bagaimana pengorganisasian konten marketing pada akun Instagram @Roti\_panas?
3. Bagaimana pengaktualisasian konten marketing pada akun Instagram @Roti\_panas?
4. Bagaimana evaluasi konten marketing pada akun Instagram @Roti\_panas?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang akan dianalisis berdasarkan latar belakang di atas adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perencanaan konten marketing pada akun Instagram @Roti\_panas
2. Untuk mengetahui pengorganisasian konten marketing pada akun Instagram @Roti\_panas

3. Untuk mengetahui pengaktualisasian konten marketing pada akun Instagram @Roti\_panas
4. Untuk mengetahui evaluasi konten marketing pada akun Instagram @Roti\_panas

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai keperluan terkait pengembangan konten pemasaran platform media sosial Instagram, dengan kegunaan sebagai berikut:

- a. Kegunaan akademis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemikiran lebih jauh mengenai perencanaan, implementasi dan evaluasi konten melalui platform media sosial Instagram @roti\_panas oleh tim marketing roti panas.
- b. Menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengembangan konten di media sosial Instagram.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

- a. 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

- b. Bagi Objek Penelitian:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi Roti Panas untuk mengidentifikasi dan membuat konten pemasaran digital yang sesuai untuk akun Instagram @roti\_panas agar segala bentuk interaksi melalui media sosial Instagram menjadi efektif dan efisien.

c. Bagi peneliti lain :

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan atau referensi bagi pelaku usaha sejenis lainnya yang terlibat dalam pengembangan konten pemasaran media sosial di Instagram.

## **1.6 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini terdapat batasan-batasan masalah agar penelitian yang dilakukan lebih terfokus sehingga dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan perumusan masalah dalam penelitian yang terarah dan tidak terlalu luas. Adapun Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Konten media sosial di unggah pada Instagram story, feeds, dan reels Roti Panas
2. Objek penelitian ini adalah Roti Panas.
3. Pengembangan dan penerapan konten media sosial Instagram yang diteliti adalah rentang waktu Desember – Juni tahun 2024.

## **1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir**

Adapun sistematika penulisan laporan proyek akhir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang yang dijadikan sebagai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

## **2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan pembahasan mengenai uraian teoritik tentang tinjauan pustaka bagi teori-teori yang terkait dalam penelitian, landasan teori, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan penelitian terdahulu.

## **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang digunakan untuk menjelaskan masalah dalam penelitian.

## **4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas hasil atas permasalahan yang diambil dalam penelitian yaitu tentang analisis dan pengembangan konten marketing pada akun Instagram roti panas

## **5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis dan pengembangan konten pada akun instagram roti panas