

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan era digital pada saat ini semakin maju dan berkembang termasuk di dunia bisnis, sehingga mengakibatkan para pelaku bisnis dituntut untuk bersaing dan mempertahankan usahanya dengan cara menciptakan inovasi yang kreatif dan inovatif agar para konsumen tertarik. Dengan seiring berjalannya waktu pelaku usaha tentunya ingin berkembang dan dikenal luas oleh kalangan masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pemasaran. Salah satu perubahan yang paling mencolok adalah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dan berbagi informasi, tetapi juga menjadi platform yang potensial untuk mempromosikan produk dan layanan.

Dengan situasi dan juga kondisi yang semakin ketat maka diperlukan suatu strategi-strategi untuk meningkatkan penjualan. Strategi tersebut biasanya berupa pengenalan produk dan strategi promosi. Strategi promosi merupakan salah satu cara yang biasa digunakan untuk meningkatkan citra perusahaan dan sebagai sarana informasi kepada konsumen untuk mengenalkan macam-macam produk kerupuk poli yang dijual di Desa Batudinding Kecamatan Gapura.

Untuk mencapai sasaran pemasaran para pelaku usaha dagang sebagian besar memerlukan sumber modal untuk berjalannya suatu usaha, bagi mereka sumber modal sangatlah penting karena dengan modal usaha para pengusaha bisa tetap menjaga keberlangsungan usahanya dan dapat terpenuhi kebutuhan lainnya. Kerupuk merupakan bahan kering lempengan tipis yang terbuat dari adonan yang bahan utamanya adalah tepung. Kerupuk adalah makanan ringan yang dibuat dari adonan tepung tapioka dicampur dengan bahan perasa seperti udang atau ikan. Kerupuk dibuat dengan mengukus adonan sebelum dipotong tipis-tipis, dikeringkan dibawah sinar matahari dan digoreng dengan minyak goreng yang banyak dan panas. Kerupuk memiliki tekstur yang garing dan sering dijadikan pelengkap untuk berbagai makanan.

Kerupuk sangat beragam bentuk, warna, bau, rasa, ukuran, kerenyahan, dan ketebalan. Kerupuk Poli tradisional pada umumnya memiliki warna yang kecoklatan dan pada umumnya menggunakan tepung tapioca. Dalam proses pembuatan kerupuk poli, selain bawang putih yang digunakan sebagai penyedap, juga masih menggunakan bahan tambahan yaitu garam bleng.

Seiring dengan berjalannya waktu, pelaku usaha di kota Sumenep semakin banyak, terutama di Desa Batudinding Kecamatan Gapura. Di desa ini terkenal dengan olahan kerupuk terutama kerupuk poli. Desa Batudinding ini memproduksi berbagai macam bentuk kerupuk poli mulai dari bentuk segitiga, kotak, dan segipanjang. Masyarakat disana mayoritas

membuka usaha produksi kerupuk poli. Karena kerupuk poli khas di desa ini beda dengan kerupuk poli yang lain. Kerupuk Poli di desa ini lebih pekat rasa ikannya, sehingga banyak disukai oleh masyarakat baik itu desa batudinding maupun luar desa batudinding.

Perkembangan Era digital saat ini semakin canggih, karena kebanyakan masyarakat baik kaum milenial maupun para orang tua mayoritas mendapatkan informasi melalui media sosial. Dengan adanya media sosial ini sangat membantu UMKM diluar sana untuk lebih terkenal lagi dikalangan masyarakat. Banyak sekali makanan oleh-oleh khas daerah sudah di jual diberagai E-Commerce. Maka dari itu agar kerupuk poli khas di desa batudinding ini lebih dikenal lagi oleh masyarakat luar kota maka dibutuhkan strategi pemasaran menggunakan *WhatsApp*, dan *Instagram*.

Kerupuk poli terletak di Desa Batudinding Daja Lorong Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep. Kerupuk poli didirikan kurang lebih sekitar Enam tahun dan banyak diminati oleh masyarakat sumenep karena cita rasanya berbeda dari kerupuk yang lain.

Permasalahan yang peneliti temukan yaitu kurangnya cara mempromosikan produk dengan memanfaatkan media sosial dengan tidak *update* di media sosial khususnya media sosial Instagram,WhatsApp, dan juga media sosial lainnya.

Keunggulan dari kerupuk poli ini yaitu kerupuk ini bisa dijadikan oleh-oleh para wisatawan luar kota madura karena sudah dikemas dalam keadaan mentah dan tahan lama dalam beberapa hari. Selain dijadikan

oleh-oleh kerupuk poli juga bisa jadi pelengkap lauk pauk saat sedang makan. Dan keunggulan lainnya dari produk kerupuk poli khas gapura ini memiliki cita rasa ikan yang lezat dan khas, ikan digunakan untuk menambah rasa dan aroma serta meningkatkan gizi kerupuk terutama protein yang baik.

Dari banyaknya pengguna media sosial di kalangan milenial saat ini sangat menjadi suatu peluang besar untuk mempromosikan produk kerupuk poli, sehingga media sosial menjadi strategi yang banyak digunakan oleh setiap usaha kerupuk poli atau usaha lainnya. Media sosial saat ini menjadi sarana strategi pemasaran yang mempunyai ruang lingkup yang luas karena mampu meningkatkan volume penjualan yang besar untuk memperkenalkan produk, karena generasi milenial adalah generasi yang lebih mengerti teknologi dalam media sosial dan mampu belajar melalui interaksi *online*. Oleh karena itu, perlu kiranya perusahaan harus mampu berpikir kreatif dan inovatif dalam menggunakan media sosial. Dengan adanya media sosial usaha kerupuk poli dapat mudah mempromosikan produknya dengan tampilan produk yang unik sehingga konsumen merasa tertarik serta mempunyai fasilitas tempat yang nyaman dan disenangi oleh kalangan milenial.

Media sosial menjadi strategi pemasaran dengan ruang lingkup yang luas karena mampu meningkatkan volume penjualan yang besar untuk memperkenalkan suatu produk, karena generasi milenial merupakan generasi yang lebih mengerti teknologi dalam media sosial dan mampu

belajar melalui interaksi *online*. Oleh sebab itu, sebuah UMKM atau perusahaan harus mampu berpikir kedepannya secara inovatif dan kreatif sehingga dapat menarik konsumen.

Tabel 1.1

Data Penjualan Sebelum Menggunakan Media Sosial

Data Penjualan Kerupuk Poli							
Tahun	Bulan	Minggu Ke-1	Minggu Ke-2	Minggu Ke-3	Minggu Ke-4	Minggu Ke-5	Jumlah Penjualan
2023	Desember	50 pcs	60 pcs	45 pcs	51 pcs	70 pcs	276 pcs
2024	Januari	100 pcs	40 pcs	60 pcs	53 pcs	76 pcs	253 pcs
2024	Februari	81 pcs	80 pcs	68 pcs	43 pcs	30 pcs	302 pcs
Total Penjualan Kerupuk Poli Selama 3 Bulan							897 pcs

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa data penjualan kerupuk poli sebelum menggunakan media sosial dari tahun 2023-2024 terhitung selama 3 bulan jumlah penjualan berkisar sekitar 879 pcs.

Tabel 1.2

Data Penjualan Setelah Menggunakan Media Sosial

Data Penjualan Kerupuk Poli							
Tahun	Bulan	Minggu Ke-1	Minggu Ke-2	Minggu Ke-3	Minggu Ke-4	Minggu Ke-5	Jumlah penjualan
2024	Maret	-	-	80 pcs	120 pcs	131 pcs	331 pcs
2024	April	195 pcs	160 pcs	210 pcs	169 pcs	235 pcs	979 pcs
2024	Mei	250 pcs	165 pcs	230 pcs	245 pcs	305 pcs	1.195 pcs
Total Penjualan Selama 2 bulan							2.174 pcs

Sumber: Diolah Oleh Peneliti

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa data penjualan kerupuk poli setelah menggunakan media sosial dari tahun 2024 terhitung selama 3 bulan jumlah penjualan berkisar sekitar 2.174 pcs.

Perbandingan yang sangat jauh jumlah penjualan yang dihasilkan dari kerupuk poli sebelum menggunakan media sosial tergolong relatif rendah dan setelah menggunakan media sosial jumlah penjualan semakin meningkat. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dari itu perlu untuk peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Media Sosial Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Milenial (Studi Kasus Kerupuk Poli Desa Batudinding Kecamatan Gapura)”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Media Sosial Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Milenial pada produk Kerupuk Poli Desa Batudinding Kecamatan Gapura.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui bagaimana cara Pemasaran Dengan Menggunakan Media Sosial Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Milenial pada produk Kerupuk Poli Desa Batudinding Kecamatan Gapura.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini mampu memperoleh pengetahuan dan wawasan yang luas bagi pembaca sebagai pedoman dalam meningkatkan kemampuan dalam bidang bisnis.

1.4.2 Bagi Objek Yang Diteliti

Dengan adanya penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan masukan atau suatu inovasi baru bagi makanan kerupuk poli untuk mengevaluasi dan mengembangkan strategi yang tepat dengan memanfaatkan media sosial.

1.4.3 Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang sejenis mengenai pengenalan produk dengan berbasis media sosial dan penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru yang bisa menjadi sarana pengetahuan untuk memanfaatkan media sosial dengan baik.

1.5 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan beserta tujuan penelitian, maka fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu hasil penggunaan media sosial di kalangan milenial terhadap produk kerupuk poli serta strategi yang telah dilakukan oleh pihak perusahaan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi.