

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini sangat pesat dengan berbagai macam jenis bisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks. Baik dari kebutuhan sandang, pangan dan papan serta kebutuhan lainnya. Saat ini bisnis yang juga populer di kalangan masyarakat adalah bisnis kuliner. Berbagai macam inovasi produk kuliner perlu dilakukan oleh pemilik bisnis agar dapat bersaing dengan bisnis kuliner yang lain. Inovasi yang dilakukan dengan menciptakan kuliner baru dengan mengikuti perkembangan jaman, selain itu bisa berupa pelestarian kuliner daerah masing-masing baik dengan cita rasa yang sama namun bentuk penyajian yang lebih menarik. Peristiwa tersebut tentunya dapat berdampak pada pertumbuhan ekonomi masing-masing daerah di Indonesia. Salah satunya Kabupaten Jember.

Jember merupakan kota yang masyarakatnya memiliki kreativitas tinggi dengan menciptakan produk olahan terutama kuliner. Kelebihan tersebut tentunya dapat menjadi ancaman berupa persaingan pasar bagi pelaku bisnis kuliner. Semakin banyaknya usaha kuliner tersebut maka sebagai pelaku bisnis harus mempunyai strategi agar tetap diminati konsumen serta dapat bersaing dengan pelaku bisnis sejenis.

Salah satu jenis olahan kuliner yang memiliki peluang dalam dunia bisnis adalah makanan yang berasal dari olahan pisang. Makanan ringan atau kudapan juga menjadi pilihan masyarakat untuk sekedar mengurangi rasa lapar jika tidak ingin untuk mengkonsumsi makanan berat. Hal ini yang akan mendorong pelaku bisnis untuk mendirikan usaha kuliner khususnya kudapan dari olahan pisang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Peristiwa ini tentu berdampak pada persaingan bagi pelaku bisnis kuliner untuk menguasai pasar.

Bisnis kuliner di Jember yang menjual kudapan dari olahan pisang adalah King's Bnana. King's Bnana adalah produsen berupa kuliner berbahan baku pisang berkualitas terbaik yang cukup dikenal di Jember. Perusahaan ini

memproduksi berbagai jenis kuliner berbahan pisang cocok untuk semua kalangan termasuk anak-anak, remaja, dewasa, hingga cocok juga di konsumsi untuk lansia (lanjut usia). King's Bnana telah berdiri sejak tahun 2017. Dalam perjalanannya selama 4 tahun tersebut, King's Bnana dikenal oleh masyarakat Jember dengan kuliner kekinian yang unik serta harga yang terjangkau untuk semua kalangan. Seiring berjalannya waktu, King's Bnana memiliki cabang di berbagai daerah di Kota Jember dengan menawarkan sistem waralaba.

King's Bnana juga memiliki pesaing dengan produk sejenis di Kota Jember yang dapat menjadi kekhawatiran bagi King's Bnana untuk menghadapi persaingan tersebut. Berikut merupakan beberapa pesaing produk olahan pisang sejenis King's Bnana Jember :

Tabel 1.1 Daftar Pesaing King's Bnana di Jember

No	Nama	Alamat
1	Sang Pisang	Jalan Gajah Mada No.60
2	Iki wae	Pujasera Jalan Kalimantan
3	Monkey banana	Jalan Bangka Gang 7 No. 17
4	My Banana	Jalan Cempedak Gg. 15 No. 24
5	Miss Banana	Jalan Karimata 4 No. 31

Sumber : Observasi, Januari 2021

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa banyak pesaing King's Bnana yang menjual produk dengan olahan pisang dan memungkinkan untuk bertambah jumlahnya. Daftar pesaing diatas menggunakan pisang sebagai bahan dasar yang kemudian diinovasikan menjadi pisang nugget. Jenis produk yang dijual pesaing memang berbeda dengan dari produk King's Bnana tetapi persamaan produknya yakni menggunakan pilihan topping yang bervariasi. oleh karena itu, hal tersebut menjadi kekhawatiran khusus bagi King's Bnana untuk memiliki daya saing tinggi dengan pelaku usaha sejenis. Maka, King's Bnana perlu menentukan strategi untuk kelangsungan usaha dengan menyesuaikan target pasar.

Segala strategi dilakukan pemilik bisnis untuk mendapatkan keuntungan serta dapat memuaskan pelanggan. Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemilik

bisnis adalah komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan sebuah usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen mengenai keberadaan suatu produk/jasa di pasar. Menurut Machfoedz (2010:16) menyatakan bahwa komunikasi pemasaran adalah istilah yang digunakan untuk menerangkan arus informasi tentang produk dari pemasar sampai kepada konsumen. Pemasar menggunakan iklan, pemasaran langsung, publisitas, promosi penjualan, dan penjualan langsung untuk memberikan informasi yang mereka harapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen, terutama dalam era yang serba menggunakan teknologi untuk membantu kegiatan pemasaran produknya. Menginjak abad ke-21, media sosial tengah menjadi tren masyarakat secara global. Fungsi media sosial awalnya adalah untuk menghubungkan berbagai lapisan masyarakat. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi tersebut telah berevolusi menjadi tempat untuk berbisnis bagi para pelaku usaha. Tren ini dimanfaatkan oleh para pengusaha yang sebagian besar adalah pebisnis muda. Lalu, apa peran penting media sosial pada bisnis? Media sosial dikenal sebagai media yang ramah budget dan sangat membantu perkembangan bisnis.

Saat ini promosi melalui situs website ataupun di media sosial mulai gencar dilakukan pelaku bisnis untuk mempromosikan produk mereka ke konsumen, dengan adanya media online pebisnis dimudahkan untuk memperkenalkan produknya ke konsumen tanpa perlu bertatap muka. Sosial media adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, didalamnya terdapat fitur tambahan seperti adanya foto profil/avatar, mengunggah foto dan video serta penambahan direct message yang digunakan untuk menghubungi langsung dengan pemilik akun melalui chat. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : Blog, Facebook, Twitter, Path, dan Instagram.

Instagram salah satu media yang saat ini lagi ngehits untuk dunia bisnis online dimana banyak kalangan pelajar ataupun pengusaha barang termasuk jasa juga yang memakai media sosial tersebut untuk berniaga. Berniaga di Instagram dilakukan oleh semua pelaku usaha bisnis dari usia remaja, hingga usia dewasa

dengan fitur menarik seperti : Filter, stories, feed, highlight, IGTV, dan fitur lainnya.

Mayoritas pelaku usaha pasti setuju dengan pendapat bahwa dalam sebuah bisnis, hal yang paling utama bukanlah tentang meningkatkan penjualan atau mencapai target yang diinginkan tapi bisnis adalah tentang mendapatkan pelanggan dan juga menjaga loyalitas dari pelanggan yang dimiliki. Karena percuma jika hanya mengejar target penjualan semata, Semua perusahaan tentu mampu melakukannya, tapi untuk urusan menjaga loyalitas, hal itu tentu sudah sangat berbeda.

Menjaga loyalitas jauh lebih berharga dibanding hanya berfokus pada seberapa banyak produk yang mampu dijual setiap harinya. Karena dengan menjaga loyalitas pelanggan, itu artinya kita sedang menjaga bisnis tersebut tetap berjalan sebagaimana mestinya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu : “ Strategi Komunikasi Pemasaran King’s Bnana melalui Instagram dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Kabupaten Jember”, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran King’s Bnana dengan menggunakan promotion mix melalui instagram dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Kabupaten Jember?
2. Bagaimana hambatan yang dialami King’s Bnana dalam melakukan komunikasi pemasaran melalui instagram dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat untuk bertujuan sebagai berikut :

- a. Mengetahui penerapan bagaimana strategi komunikasi pemasaran King’s Bnana dengan menggunakan promotion mix di Instagram sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Kabupaten Jember.

- b. Mengetahui apa saja hambatan yang dialami King's Bnana dalam melakukan komunikasi pemasaran melalui instagram dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam strategi komunikasi pemasaran *online* yang dilakukan untuk menarik minat beli konsumen King's Bnana. Bagi penulis dan mahasiswa Ilmu Komunikasi lainnya, diharapkan penelitian ini berguna untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh selama diperkuliahan.

- b. Manfaat Teoritis

Dari segi teoritis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pikiran mengenai komunikasi pemasaran. mengingat bahwa strategi komunikasi pemasaran sangat penting dalam mengembangkan usaha. Penulis juga berharap dapat memberikan deskripsi dan memperkaya referensi mahasiswa komunikasi mengenai strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

