

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan tantangan di era globalisasi yang makin berat, mendorong UKM (Usaha Kecil dan Menengah) untuk dapat menjangkau konsumen dan memanfaatkan peluang di era digital hal ini menjadi peluang baik bagi UKM, perkembangan teknologi semakin mudah tinggal kita melihatnya sebagai tantangan atau peluang. Sehingga meningkatnya permintaan dan memperluas jangkauan pemasaran UKM. Maka dari itu momentum pandemi ini sangat tepat untuk memanfaatkan teknologi digital untuk mempermudah usaha mendapatkan jangkauan pasar yang lebih luas namun disisi lain persaingan akan semakin ketat, karena perusahaan juga mudah menjangkau pasar.

Pengguna media online menjadi lebih mudah melihat dan memilih berbagai produk/jasa yang dihadirkan perusahaan. Terdapat beberapa jenis media sosial yang dapat digunakan dalam melakukan pemasaran melalui media online instagram, yaitu Promosi merupakan salah satu situs yang mudah diakses ini menjadi sangat populer sebagai metode Mempromosikan barang atau jasa merupakan salah satu cara terbaik yang digunakannya untuk memperoleh banyak pelanggan. jenis Media social yaitu Instagram, instagram menawarkan para penggunanya pengambilan gambar berkualitas tinggi yang menambah filter pada foto – foto yang diambilnya. Pengguna instagram terkenal cepat dan mudah untuk meraih para calon pembeli potensial dengan menggunakan smartphone yang dimilikinya.

Kepuasan konsumen Menurut Kotler dan Keller dalam (Juni 2017). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

Promosi berasal dari kata promote dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Promosi merupakan salah satu komponen dari bauran pemasaran. Menurut (Lupiyoadi 2013) promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. Berbeda halnya dengan pengertian promosi menurut Stanton yang dikutip oleh (Alma 2016) yang mendefinisikan bahwa promosi adalah latihan dalam informasi, persuasi dan sebaliknya, oleh orang membujuk menjadi informert.

Salon Sheryl merupakan salon yang menyediakan jasa wedding dan dekorasi pernikahan. Salon Sheryl termasuk salah satu dari sekian banyak UKM yang memanfaatkan media sosial sebagai media promosi jasa yang bergerak dibidang wedding organizer. Media sosial yang digunakan untuk mempromosikan yaitu Facebook dan Instagram. jasa yang ditawarkan akan di post di facebook dengan nama akun @Sheryl Make Up Jember dan nama akun instagram yaitu @sherylmakeupjember. Salon Sheryl menggunakan media sosial Facebook dan Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan minat dan daya tarik konsumen.

Tabel 1.1 Data Pendapatan Salon Sheryl

Tahun	Pelanggan	Harga per/wedding	Harga Make up Graduation, Engagement per/kepala	Pendapatan
2017	75	2x Rp. 4.000.000 4 xRp. 3.000.000 3x Rp. 2.000.000	66x Rp. 150.000	Rp35.900.000
2018	105	3 x Rp. 4.000.000 6 x Rp. 3.000.000 5 x Rp. 2.000.000	91x Rp. 150.000	Rp. 53.650.000
2019	110	6 x Rp. 4.000.000 10 x Rp. 3.000.000 6x Rp. 2.000.000	94x Rp. 150.000	Rp. 78.600.000
2020	35	1 x Rp. 3.000.000 2 x Rp. 2.000.000	32x Rp. 150.000	Rp. 11.800.000
2021	85	1 x Rp. 4.000.000 5 x Rp. 3.000.000 3x Rp. 2.000.000	76x Rp. 150.000	Rp. 36.400.000

Sumber: Data diolah pendapatan Salon Sheryl 2017-2021

Berdasarkan Tabel 1.1 pendapatan salon Sheryl mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya. Pendapatan mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2020 dan 2021, hal ini disebabkan pada tahun 2020-2021 terjadi pandemi sehingga pemerintah melarang mengadakan acara pernikahan secara berkerumun, sehingga berpengaruh pada pendapatan salon Sheryl sebagai UKM yang bergerak dibidang Jasa Wedding Organizer.

Data tersebut menunjukkan pendapatan salon Sheryl semakin menurun sehingga diperlukan promosi yang efektif dan mengutamakan kepuasan konsumen untuk meningkatkan daya tarik konsumen kembali. Media sosial (Kertajaya 2010) merupakan salah satu cara yang ampuh untuk mempromosikan produk barang dan jasa yang kita miliki melalui internet marketing. Penggunaan media sosial dalam promosi salon Sheryl dinilai sangat efektif, dan memiliki jangkauan yang luas, terbukti pada tahun 2021 pendapatan salon Sheryl meningkat dibandingkan pada tahun 2020. Namun diharapkan UKM Salon Sheryl harus mampu terus meningkatkan strategi promosi dengan menarik minat dan kepuasan konsumen, sehingga pendapatan dapat lebih meningkat seperti tahun sebelum pandemi. Serta mengingat banyaknya persaingan diluar yang juga menggunakan media soasial sebagai media promosi yang tepat disaat pandemi seperti ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pentingnya dilakukan penelitian untuk mengetahui pentingnya informasi tentang manfaat penggunaan media sosial terhadap UMKM. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh penggunaan media sosial dalam promosi dan kepuasan konsumen. salon Sheryl.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen salon Sheryl?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen salon Sheryl?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen salon Sheryl?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa pengaruh promosi untuk meningkatkan kepuasan konsumen salon Sheryl?
2. Untuk mengetahui seberapa pengaruh harga untuk meningkatkan kepuasan konsumen salon Sheryl?
3. Untuk mengetahui seberapa pengaruh kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen salon Sheryl?

3.1 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya:

1. Manfaat bagi Peneliti
Menambah pengetahuan dan pengalaman untuk memahami dan menerapkan teori pemasaran kepuasan konsumen, berdasarkan fakta yang terjadi di Salon Sheryl serta mampu menyelesaikan permasalahan yang sedang terjadi di tempat penelitian.
2. Manfaat bagi Institusi Pendidikan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan berguna sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.
3. Manfaat bagi UKM Salon Sheryl
Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan acuan mengembangkan UKM Salon Sheryl selanjutnya.

