

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan teknologi saat ini sangatlah cepat, khususnya di bidang teknologi internet. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna.

Masuknya teknologi untuk memasarkan dan mempromosikan suatu barang atau jasa sangat beranekaragam. Saat ini promosi melalui media internet sangat digemari oleh pelaku usaha, salah satu media internet yang banyak digemari untuk melakukan promosi yaitu media sosial.

Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi digemari karena biaya murah dan terkadang tanpa biaya. Media sosial memiliki beberapa kelebihan dibandingkan media yang terdahulu seperti media sebagai aktifitas, pengetahuan, untuk memperluas jejaring dan penyebaran informasi, aktivitas online dapat dilakukan melalui media sosial dengan mengirimkan pesan-pesan dan feedback dengan menggunakan kemampuan daya tarik pesan untuk memicu khalayak sehingga dapat memperhatikan pesan yang disampaikan. Media sosial juga mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan daya jangkauan yang luar biasa dibandingkan media manapun.

Masa kini, media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang marak digunakan untuk kepentingan pemasaran. (Okonkwo, Ololo, dan Eyisi, 2015) pada penelitiannya juga menjelaskan bahwa saat ini media sosial adalah satu platform digital yang memiliki kepopuleran yang sangat besar dan juga banyak digunakan oleh wisatawan untuk mempromosikan dan mengembangkan suatu destinasi wisata. Hampir semua aktivitas pariwisata di Nigeria dipromosikan melalui media sosial mulai dari pemerintah hingga individu ataupun kelompok. Sehingga penting bagi perusahaan untuk memperhatikan secara detail bagaimana

komunikasi pemasaran akan dilaksanakan. Instagram dapat menjadi media sosial paling strategis untuk menjadi media pemasaran, maka karena dapat memengaruhi perilaku ataupun minat seseorang. Ini karena konten menjadi pembeda suatu akun dibandingkan dengan akun-akun lainnya. Selain itu, yang menentukan bagaimana jenis informasi yang akan ditampilkan dan juga menentukan seberapa besar perhatian termasuk minat beli yang akan diperoleh.

Penggunaan Instagram sebagai media pemasaran telah dilakukan oleh para pebisnis *Coffee Shop* Modern di Bengkalis. *Coffee shop* yakni adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman dan dilengkapi dengan alunan musik, baik itu lewat audio ataupun *live music*, *desain interior* yang khas, pelayanan yang ramah dan beberapa di antaranya menyediakan koneksi internet nirkabel atau WiFi. *Coffee shop* juga saat ini tidak hanya tempat untuk menikmati kopi tetapi juga bisa menjadi tempat mengerjakan tugas, tempat untuk berfoto, tempat untuk bertemu rekan kerja, dan tempat untuk menonton acara musik seperti nonton konser.

Pesatnya pertumbuhan *coffee shop* di kota Bengkalis ternyata juga mempengaruhi perubahan gaya hidup remajanya. Ada perbedaan yang mencolok antara gaya hidup remaja saat ini dengan generasi sebelumnya. Hal ini sangat didukung oleh kemajuan teknologi dan informasi. Selain itu, perkembangan pesat tersebut juga mendorong munculnya berbagai tempat yang menjadi pusat pergaulan remaja. Pusat-pusat perbelanjaan, tempat-tempat hiburan seperti cafe, angkringan, dan kedai kopi sekarang menjadi pilihan remaja untuk menghabiskan akhir pekan dan juga waktu luang mereka. Peluang ini kemudian menciptakan manusia-manusia yang lebih kreatif dalam berpikir dan dalam berbisnis. Banyak usaha-usaha yang muncul akibat dari ide-ide kreatif yang kemudian berhasil menciptakan pasarnya sendiri, ataupun tercetus ide usaha kreatif yang terinspirasi dari hasil pengamatan terhadap perilaku orang lain. Hal ini ditandai dengan menjamurnya warung-warung makan dan *coffee shop* di Bengkalis.

Kopi merupakan salah satu minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Bengkalis. Tradisi minum kopi terutama di pagi hari adalah menjadi

kebiasaan masyarakat pada setiap harinya. Namun, saat ini tidak hanya di pagi hari saja, di sela-sela aktivitas dan jadwal yang padat masyarakat lebih memilih untuk berkumpul dan minum kopi, misalnya pada jam istirahat siang untuk menjadi teman menghabiskan waktunya. Tradisi minum kopi tidak hanya sekedar untuk melepas dahaga, tetapi juga untuk menemani aktivitas kehidupan masyarakat seperti reuni, kencan, mengerjakan tugas, dan lain-lain. Hal inilah yang membuat tren minum kopi terus meningkat tajam dan secara tidak disadari, tradisi minum kopi ini telah menjadi bagian dari trend gaya hidup.

Sekarang ini di kota Bengkulu banyak terdapat kafe khusus kopi dan juga memiliki inovasi dalam pembuatan juga penyajian kopi sehingga banyak menarik konsumen untuk menikmati kopi di *coffee shop* yang ada. *Coffee shop* yang ada di Bengkulu memiliki berbagai *brand* seperti pada tabel berikut ini.

**Tabel 1.1 Coffee Shop Bengkulu**

No	Coffee shop	Tahun Berdiri	Followers Instagram
1	Kopikap	2019	2.886
2	Floor	2021	2.169
3	Talacia	2022	1.957
4	Janji Jiwa	2020	959
5	Seduhan Rindu	2019	307
6	Leccata	2023	729
7	Zamatra	2021	398

Sumber : Instagram (April 2024)

Dapat dilihat dari Tabel 1.1 bahwa pengikut terbanyak dari instagram adalah Kopikap. Semakin ketatnya persaingan bisnis menuntut Kopikap semakin memanfaatkan secara maksimal *media sosial* seperti Instagram. Banyak pertimbangan yang dilakukan oleh pengguna Instagram ketika mengakses informasi dalam aplikasi ini, salah satunya adalah konten-konten yang disediakan oleh pengguna *media sosial* seperti Instagram. Kopikap yang beralamat di Jl. Antara Bengkulu. Dengan jam buka 10.00 – 23.00 WIB, gerai kopi bernama Kopikap ini berada di gerai yang berbentuk rumah dengan sebuah kubus dengan pemandangan area nongkrong yang berada di area luar. Bangunan dalam untuk memesan minuman dan terpajang beragam kebutuhan untuk membuat kopi, serta biji kopi yang diolah dan kemas dengan kualitas terbaik.

Konten Instagram merupakan berbagai macam hal yang dibagikan pengguna melalui akun Instagram. Pentingnya konten Instagram yang dibagikan

oleh Kopikap salah satunya untuk mendeskripsikan ciri khas lokasi tersebut. Setiap *coffee shop* memiliki ciri khas masing-masing yang belum tentu dimiliki *coffee shop* lainnya. Ciri khas yang dimiliki inilah yang sering mengundang minat konsumen untuk berkunjung ke lokasi tersebut. Keunikan pada konten Instagram KopiKap, yaitu postingan yang memuat tentang pesan-pesan seperti, arti tentang kopi, fakta menarik tentang kopi dan memuat postingan menu dengan foto-foto dan desain yang unik sehingga menarik minat konsumen untuk melihat dan membeli sesuatu dari Instagram KopiKap.

Minat beli konsumen dapat diartikan sebagai sebuah keinginan konsumen untuk membeli sebuah produk atau jasa. Minat beli bisa muncul ketika seseorang telah mendapatkan informasi melalui jejaring sosial seperti instagram ataupun dari mulut ke mulut mengenai produk yang diinginkan. Hal ini dapat dilihat dari adanya peningkatan jumlah followers instagram kopikap.

Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Untuk lebih memperkenalkan macam-macam kopi dan cara penyajian kopi secara professional. Owner Kopikap Bengkalis Erik Maunanta dan Suprayogi mengikuti Komunitas BERADE (Bengkalis Ruang Ide) Menggelar kegiatan Sembang Beghenas Volume kedua dengan tema “Berbagi dan memotivasi untuk negeri” Owner Kopikap menjadi salah satu narasumber untuk kegiatan tersebut. Salah satu yang menarik perhatian pada kegiatan tersebut adalah *brand owner* Kopikap Bengkalis, yang mana *brand Coffee shop* ini sangat mencuri perhatian semua kalangan di Kota Bengkalis sejak dua tahun belakangan ini, karna selain konsepnya *take away* dan *dine in*. KopiKap juga menyuguhkan minuman yang berbagai macam pilihan seperti Es KopiKap, *Lotus Frappe*, *Coco oreo*, Es Kopi Pandan dan berbagai pilihan rasa lainnya.

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang maka penulis tertarik melakukan penelitian berjudul **Pengaruh Promosi melalui Instagram terhadap Minat Beli “Kopikap Bengkalis”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun Rumusan masalah penelitian yang akan dilakukan adalah :

1. Bagaimana promosi instagram pada Kopikap Bengkalis?
2. Bagaimana minat beli Kopikap Bengkalis?
3. Bagaimana pengaruh promosi instagram terhadap minat beli pada Kopikap Bengkalis?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang akan dianalisa adalah :

1. Untuk menganalisa bagaimana promosi instagram pada Kopikap Bengkalis.
2. Untuk menganalisa bagaimana minat beli pada Kopikap Bengkalis.
3. Untuk menganalisa bagaimana pengaruh promosi terhadap minat beli pada Kopikap Bengkalis.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik bagi peneliti, wirausahawan dan peneliti selanjutnya, sehingga peneliti mengharapkan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, penelitian ini bisa dijadikan untuk menambah pemahaman informasi dan wawasan, dapat juga dijadikan sebagai perbandingan teori yang diperoleh selama berada diperkuliahan agar dapat diterapkan untuk menganalisa permasalahan yang di tulis peneliti.
2. Bagi Wirausahawan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran secara jelas pengaruh promosi instagram terhadap minat beli pelanggan sehingga wirausahawan mampu meningkatkan penjualan produk
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi, bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan dalam materi-materi untuk meningkatkan kualitas pembelajaran menjadi lebih sempurna.

## **1.5 Sistematika Penulisan Laporan**

Untuk memberikan gambaran umum tentang sistematika penulisan laporan ini, maka penulis memberikan beberapa bab penjelasan singkat sebagai berikut:

### **Bab 1 : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dibahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

### **Bab 2 : LANDASAN TEORI/TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi berbagai kajian teori maupun kerangka teori yang digunakan sebagai landasan atau pedoman untuk menganalisa masalah yang diteliti. Berbagai prinsip teori ini berguna dalam memberikan gambaran serta arah kerja penelitian. Selain itu, tinjauan pustaka juga berisi tinjauan dari penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan pada judul penelitian.

### **Bab 3 : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, metode analisis data, jenis penelitian dan definisi konsep dan operasional.

### **Bab 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menerangkan keseluruhan proses penelitian dan pengumpulan data, penganalisisannya serta hasil pengolahan data yang nantinya dapat diambil kesimpulan dan saran.

### **Bab 5 : PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian dari penelitian yang telah dilakukan untuk menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran berisi masukan bagi pemilik usaha maupun masyarakat secara umum dari peneliti.