

# 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), mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2025 mengalami kenaikan 1% - 2% dibandingkan dengan pencapaian 2024. Pengguna 2024 berada pada kisaran 225 juta dan kini pada tahun 2025 menyentuh 231 juta pengguna. Meski demikian, jumlahnya akan terus bertambah karena telah menjadi kebutuhan dasar masyarakat Indonesia. (Data Bisnis Teknologi 2025).

Internet memberikan dampak yang sangat besar dalam dunia pemasaran bahkan penggunaannya dalam pemasaran dianggap sebagai *trendsetter*. Hal ini menjadi peluang bagi para pebisnis untuk mempromosikan produknya melalui media sosial.

Penggunaan media sosial sebagai media promosi populer karena murah dan terkadang gratis. Media sosial memiliki beberapa keunggulan dibandingkan media-media sebelumnya, antara lain media sebagai pengetahuan, kegiatan memperluas jaringan dan menyebarkan informasi. Kegiatan *daring* dapat dilakukan melalui media sosial dengan mengirimkan pesan dan *feedback*. Anda dapat menggunakan fitur penargetan pesan untuk menargetkan *audiens* Anda dan memusatkan perhatian mereka pada pesan yang ingin disampaikan. Media sosial juga dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan memiliki jangkauan yang lebih unggul dibandingkan media lainnya.

Media sosial yang sedang tren didominasi oleh platform berbasis konten visual dan video pendek. Seperti TikTok terus mengalami pertumbuhan pesat dengan algoritma yang memungkinkan konten viral dengan cepat, menarik perhatian banyak pengguna dari berbagai kalangan. YouTube Shorts dan Instagram Reels juga semakin populer sebagai pesaing dalam kategori video pendek. Instagram tetap menjadi salah satu media sosial favorit dengan fitur

interaktif seperti Stories, Reels, dan IG Live yang memungkinkan pengguna berkreasi secara lebih dinamis. Sementara itu, Facebook masih memiliki basis pengguna yang besar, terutama di kalangan profesional dan komunitas yang menggunakan grup untuk berdiskusi dan berbagi informasi. Selain itu, Threads dari Meta mulai menarik perhatian sebagai alternatif platform berbasis teks yang lebih santai dibandingkan Twitter (X). Pergeseran tren ini menunjukkan bahwa pengguna saat ini lebih menyukai konten yang interaktif, cepat dikonsumsi, dan memiliki nilai hiburan yang tinggi.

Saat ini, media sosial Instagram telah menjadi salah satu platform yang sangat populer untuk keperluan pemasaran. Hampir semua aktivitas saat ini dipromosikan melalui media sosial, mulai dari pemerintah hingga individu atau kelompok. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mempertimbangkan dengan cermat bagaimana mereka berkomunikasi dengan audiens mereka. Melalui Instagram, pengguna dapat mengunggah momen penting dalam hidup mereka, berinteraksi dengan teman, keluarga, dan bahkan merek-merek terkenal. Pengguna dapat menemukan berbagai konten menarik, mulai dari gambar-gambar indah hingga video-video inspiratif. Dengan fitur-fitur seperti Instagram Stories, Reels, dan IGTV, pengguna dapat mengeksplorasi konten yang dibagikan oleh orang-orang di sekitar mereka, selebritas, dan akun bisnis yang sesuai dengan minat mereka, serta dapat meningkatkan visibilitas postingan mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Instagram kini telah menjadi platform yang banyak digunakan, baik untuk keperluan pribadi maupun bisnis. Seiring dengan perkembangannya, hampir semua industri memanfaatkannya. Berbagai sektor usaha, mulai dari fashion, teknologi, hingga kuliner, berlomba-lomba menampilkan produk dan layanan mereka di Instagram. Tak terkecuali industri kuliner sehat, yang semakin gencar memanfaatkan platform ini untuk memperkenalkan makanan dan minuman bergizi kepada masyarakat luas. Salah satu bentuk bisnis kuliner sehat yaitu salad buah.

Salad buah merupakan kombinasi berbagai jenis buah yang dipilih seseorang, baik untuk dikonsumsi sehari-hari maupun dalam acara khusus, dengan

tujuan menyegarkan dan menyehatkan tubuh. Saat ini, salad buah sangat berkaitan erat dengan pola hidup sehat, di mana seseorang dapat menunjukkan gaya hidupnya melalui pilihan makanan. Seiring waktu, salad buah juga menjadi simbol kesadaran akan pentingnya nutrisi. Salad buah tidak hanya terdiri dari potongan buah, tetapi juga dapat dilengkapi dengan topping seperti yoghurt, keju, atau saus manis, seperti yang tersedia di berbagai kedai sehat di Bengkalis seperti Bos salad yang menawarkan beragam varian salad buah untuk semua kalangan.

Bos salad merupakan toko yang menjadi tempat ramai dikunjungi oleh masyarakat Bengkalis, Bos salad bertempat di jalan Ahmad Yani, Kota Bengkalis, Riau, Dengan jam buka 08.00 – 22.00 WIB, dan kini sudah mulai berkembang di berbagai tempat yaitu di Sei. Pakning dan di pelabuhan roro bengkalis, menawarkan berbagai pilihan salad buah segar dengan kualitas terbaik, serta berbagai varian topping lezat untuk menambah cita rasa. Koleksi salad buah di Bos salad tidak hanya menghadirkan kesegaran alami, tetapi juga menawarkan inovasi rasa dengan sentuhan modern yang unik. Fokus pada kualitas, keragaman, dan kepuasan pelanggan menjadikan Bos salad sebagai destinasi utama bagi pecinta makanan sehat yang mencari hidangan berkualitas tinggi yang menyegarkan dan bernutrisi.

Dengan memanfaatkan media sosial Instagram, Bos salad dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan, mempromosikan produk unggulannya, serta meningkatkan keterlibatan konsumen melalui berbagai aktivitas promosi. Keunikan pada promosi instagram Bos salad yaitu postingan konten yang selalu mengikuti trend masa kini dan memuat postingan menu dengan foto-foto dan desain yang unik sehingga menarik konsumen untuk melihat dan membeli sesuatu dari instagram Bos salad.

Minat beli konsumen merupakan keinginan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Minat beli sering kali muncul setelah konsumen mendapatkan informasi tentang produk tersebut, baik melalui media sosial seperti Instagram maupun dari rekomendasi dari teman, keluarga atau tokoh terpercaya juga dapat memperkuat minat beli, karena dianggap lebih kredibel dan berdasarkan pengalaman nyata.. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan kemudahan

akses informasi, minat beli konsumen dapat meningkat lebih cepat, terutama jika produk yang ditawarkan mampu menarik perhatian, relevan dengan kebutuhan, dan memiliki nilai tambah yang sesuai dengan ekspektasi mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk membantu Bos salad dalam mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif dan efisien untuk mencapai tujuan pemasaran mereka. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan pada literatur akademis terkait pemasaran digital serta pemanfaatan media sosial.

Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu bisnis lain dalam merancang strategi promosi yang inovatif dan tepat sasaran, sehingga mereka dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi Bossalad, tetapi juga bagi komunitas bisnis yang lebih luas di Bengkalis dan daerah sekitarnya.

Dalam Konteks yang lebih luas pemahaman tentang bagaimana media sosial khususnya Instagram, mempengaruhi perilaku konsumen sangatlah penting bagi bisnis yang ingin tetap relevan di era digital. Peningkatan minat beli melalui strategi promosi yang efektif dapat berdampak positif pada penjualan dan loyalitas pelanggan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi praktik terbaik dalam promosi di Instagram yang dapat diadopsi oleh Bossalad dan bisnis lainnya untuk mencapai hasil yang optimal. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan kontribusi penting baik secara teoretis maupun praktis dalam bidang pemasaran digital dan manajemen bisnis.

Berdasarkan uraian latar belakang, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul : **Analisis Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bos salad Bengkalis.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh promosi media sosial instagram pada Bos Salad Bengkalis?

2. Bagaimana minat beli konsumen Bos Salad Bengkalis?
3. Bagaimana pengaruh promosi media sosial instagram terhadap minat beli konsumen pada Bos Salad Bengkalis?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk menganalisis promosi media sosial instagram pada Bos Salad Bengkalis.
2. Untuk menganalisis minat beli konsumen pada Bos Salad Bengkalis.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen di Bos Salad Bengkalis.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Terdiri dari: manfaat untuk penulis, perusahaan/instansi, dan pihak lain.

1. Bagi Peneliti  
Penelitian ini membantu penulis mengembangkan keterampilan penelitian, termasuk perencanaan penelitian, pengumpulan dan analisis data, serta penyusunan laporan penelitian.
2. Bagi Perusahaan  
Penelitian ini akan memberikan wawasan berharga bagi pelaku bisnis dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan sumber inspirasi bagi peneliti dalam studi selanjutnya tentang pemasaran digital dan perilaku konsumen di era digital.

### **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**

Bab ini mencakup urutan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini akan menguraikan penelitian terdahulu dan teori-teori yang relevan dengan topik tugas akhir ini, terutama yang berkaitan dengan pengaruh promosi di media sosial Instagram terhadap minat beli di Bos salad.

**BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini memuat tentang objek penelitian, metode penelitian, data yang diperlukan, serta cara analisis yang akan digunakan, dengan menampilkan proses penelitian.

**BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan seluruh proses penelitian dan pengumpulan data, pengolahannya, serta hasil pengolahan data yang akan digunakan untuk menarik kesimpulan dan memberikan saran.

**BAB 5 : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran bagi perusahaan tempat penelitian dilakukan.