

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

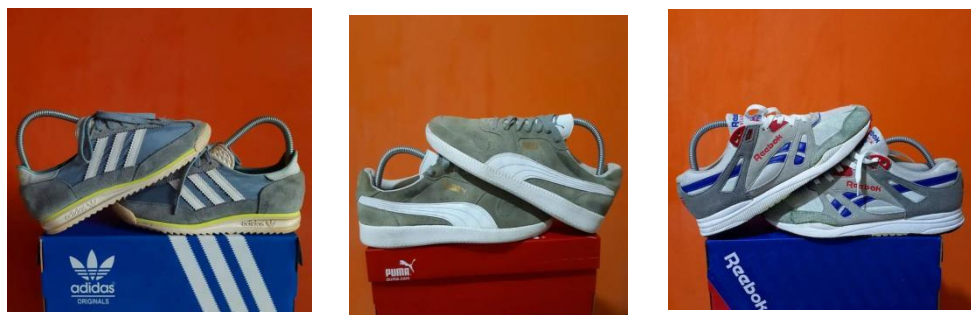
Salah satu Bisnis yang bergerak dalam bidang Produk fashion yang berfokus pada bisnis sepatu yaitu Anak Gawang 22. Anak Gawang 22 by M. Wahyu Aditiawan ini merupakan sebuah bisnis *fashion second branded shoes original* yang baru saja berdiri pada tahun 2021. Anak Gawang 22 menyediakan produk Sepatu/*sneakers second branded original* berkualitas dengan harga yang cukup terjangkau untuk masyarakat Indonesia Khususnya di daerah Bekasi. Anak Gawang 22 bergerak di *Fashion shoes second branded original*. Anak Gawang 22 menawarkan produk beberapa merek produk sepatu bekas *branded* yang berkualitas bagus. Dengan beberapa macam merek yakni : Adidas, Reebok, Puma, New Balance, Nike. Pemilik Bisnis Anak Gawang 22 mengatakan bahwa merek yang paling laris di pasarannya yaitu Adidas dan Reebok.



Gambar 1.1 Tampilan Akun @Anakgawang22

Sumber : Tangkapan layar oleh peneliti pada akun @Anakgawang22

Dengan Adanya akun sosial media @Anakgawang22 ini memudahkan penulis untuk mengkaji bagaimana Pemilik memasarkan produknya. Anak Gawang 22 merupakan sebuah bisnis usaha online produk fashion sepatu *second branded original* yang baru saja di dirikan pada tahun 2021 di Kota Bekasi Indonesia yang didirikan oleh M. Wahyu Aditiawan. Dengan visi untuk menyediakan beragam *fashion second shoes branded original* berkualitas dengan harga terjangkau. konsumen bisa menemukan produk sepatu bekas *branded original* dengan mudah di akun sosial media Instagram @Anakgawang22 dan juga di akun Shopee AqzaTool. Bagi Konsumen yang ingin membeli produk di Anak Gawang 22 diharuskan memesan nya melalui jejaring sosial Whatsapp. Ketika sudah melihat-lihat produknya melalui Akun instagram @Anakgawang22, maka konsumen bisa membelinya via whatsapp / shopee. Anak Gawang 22 menawarkan produknya Khususnya pada aplikasi sosial media Instagram di akun @Anakgawang22, dengan memposting berbagai produk yang ditawarkan dengan tawaran harga yang cukup terjangkau, dan dilengkapi dengan foto detail produk sehingga konsumen dapat dengan teliti melihat barangnya sebelum membeli. Konsumen juga dapat meminta bukti kepada owner Anak Gawang 22 untuk melihat jelas foto bukti terkait kualitas produk yang di tawarkan. Dengan memasang Iklan di akun sosial media Instagram @Anakgawang22, berupa video pendek maupun foto-foto produk yang akan di tawarkan



Gambar 1.2 Contoh produk yang ditawarkan

sumber : Tangkapan layar oleh peneliti pada akun @Anakgawang22

Dan dengan adanya persaingan pemasaran bisnis yang semakin ketat Anak Gawang 22 mencoba memasarkan produk nya melalui Sosial Media Instagram guna memudahkan para konsumen untuk membeli produk Anak Gawang 22 tersebut, karena fitur-fitur di Aplikasi Sosial Media Instagram kini semakin beragam dan salah satunya adalah snapgram/video pendek. Produk Fashion sepatu Anak Gawang 22 ini terbilang sudah cukup banyak peminatnya seperti dari kalangan Mahasiswa dan orang Dewasa yang rata - rata berusia 20 - 30+.

Konsumen kalangan mahasiswa dan orang dewasa sebagian besar memilih dan mencoba Brand Produk *Fashion second shoes branded original* yang memiliki review bagus dari konsumen yang sudah membelinya, dan dari segi harga yang cukup terjangkau serta melihat dari kuaalitas produknya nya yang cukup bagus dengan kondisi rata-rata 90% untuk tampilan yang masih sangat bagus, Kepercayaan konsumen pada beberapa merek tertentu tidak terlepas dari kepercayaan konsumen pada bisnis online produk sepatu bekas *branded original* yang lain nya. Maraknya pebisnis produk sepatu bekas branded yang mengaku bahwa produk yang di tawarkan memiliki kualitas terbaik, namun ternyata tidak demikian. yang disilir mereka menawarkan produk yang tidak original dan berkualitas kurang baik. Dengan begitu membuat para konsumen penyuka *fashion second shoes branded* n menjadi lebih selektif dalam memilih produk yang di tawarkan, sebagian besar konsumen lebih memilih bisnis online brand yang sudah terkenal dan terpercaya untuk mereka gunakan salah satu indikatornya adalah kualitas sepatunya yang rata-rata dengan kondisi masih 90% , rata-rata konsumen juga melihat dari segi Harganya. (Menurut wawancara penulis dan Owner Anak gawang 22 pada tanggal 12 Mei 2023)

Instagram menjadi salah satu Jejaring sosial yang banyak digunakan para Pebisnis online, karena Instagram memiliki fasilitas berbagai fitur

yang mendukung para pebisnis online untuk memasarkan Produknya. Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan. Pada aplikasi Instagram, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam feed yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan tag dan informasi lokasi. Unggahan dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang disetujui sebelumnya.

Instagram merupakan kependekan dari kata "instan-telegram". Menurut website resmi Instagram, Instagram adalah cara yang menyenangkan dan unik untuk berbagi hidup anda dengan teman-teman melalui serangkaian gambar. Bidik foto dengan ponsel atau tablet anda lalu pilih filter untuk mengubah gambar. Atmoko (2012:3)

Dengan adanya Instagram memudahkan pebisnis online contohnya Anak Gawang 22 pada akun Instagram @Anakgawang22 memudahkan produknya dikenali dengan khalayak, khususnya para penyuka sepatu second branded original dengan kualitas baik, karena rata-rata produk yang ditawarkan oleh @Anakgawang22 ini masih terbilang cukup baik dengan kondisi rata-rata masih 90% dengan Box nya. Kali ini penulis memfokuskan penelitiannya melalui sosial media Instagram pada akun @Anakgawang22, karena penulis tertarik pada sosial media instagram yang mempromosikan produknya melalui fitur-fitur instagram, sehingga memudahkan banyak khalayak yang bisa melihat terkait kondisi dan kualitas barang dan memudahkan penulis untuk melihat bagaimana komunikasi pemasaran pada akun instagram @Anakgawang22.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan

yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Seperti yang di definisikan oleh J L Thompson dalam Oliver (2007: 2)

keberhasilan dalam berbisnis ditentukan oleh adanya keberhasilan pada pemasarannya. Maka dari itu dibutuhkan adanya suatu proses /kreatifitas dalam menarik perhatian para konsumen yang tidak hanya menggunakan media lini atas yang dimana media iklan luar ruangan seperti brosur atau spanduk, tetapi dapat juga di kunjungi melalui media alternatif lainnya yang bisa menambah keefektifan pemasaran yaitu dengan adanya teknologi yang semakin modern seperti internet. Menurut Sofjan (2014:5)

Perkembangan bisnis *fashion* di Indonesia saat ini sudah berkembang sangat pesat, sebagian masyarakat menganggap *fashion* menjadi kebutuhan yang sangat penting, khususnya dari segi pakaian hingga aksesoris yang lainnya. Sebagian besar wanita dan pria di Indonesia menggunakan Produk-produk *fashion branded* guna menjadi kebutuhan sehari-hari dan menjadikannya tampilan yang terlihat keren. Di era yang modern saat ini, persaingan bisnis antar perusahaan yang sejenis semakin tinggi. Tantangan para usahawan kini harus bisa menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini, dengan menawarkan produknya dengan cara semenarik mungkin agar mampu memberikan daya tarik kepada konsumen agar membeli produk yang ditawarkan nya. Dengan semakin beragam nya kebutuhan *fashion* masyarakat, maka perusahaan baru harus pandai dalam memasarkan produk-produknya, dengan di tuntutan menawarkan produk dengan keunggulan-keunggulannya. Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi juga membuat keadaan pasar semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis untuk terus-menerus berimprovisasi danberinovasi dalam mempertahankan para pelanggannya.

Seperti Saat ini perkembangan internet sudah menjadi sangat cepat dan dapat menjangkau seluruh penjuru dunia, dengan begitu

setiap usahawan bisnis menginginkan produknya dikenal luas oleh masyarakat. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih pada saat ini, mengakibatkan perkembangan pengguna internet di Indonesia tumbuh semakin pesat. Penggunaan internet yang sangat maju di Indonesia membuat semua hal berubah dengan sangat cepat di era digital ini.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, saat ini banyak penggunaan internet yang memanfaatkan internet untuk memasarkan suatu produk dari perusahaan mereka. Suatu usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan media internet atau sosial media. E-marketing adalah sisi pemasaran dari e-commerce, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet. Pemasaran dengan strategi promosi melalui social media (jejaring sosial) dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak membutuhkan biaya pemasaran yang begitu mahal. Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk yang ingin mereka beli karena tidak perlu tatap muka secara langsung, dan dengan adanya strategi pemasaran di sosial media memudahkan perusahaan menarik konsumen untuk membeli produknya.

Pada kegiatan Pemasaran, khususnya bagi para pebisnis online, Media sosial sangat penting kegunaannya karena dengan adanya media sosial bertujuan memudahkan antara pebisnis maupun konsumen melakukan kegiatan jual beli produk yang akan ditawarkan, dengan berbagai macam strategi yang sering di tunjukan, karena dengan adanya media sosial memfasilitasi para usahawan dengan mewedahi produk yang akan mereka tawarkan dengan cara dijadikannya konten lalu bisa di sebar luaskan ke jejaring sosial, konten tersebut bisa berupa Foto, video, maupun tulisan. Hal itu memudahkan para konsumen mampu dengan mudah menemukan apa yang akan dia butuhkan dan akan di

pertemuan dengan perusahaan sesuai dengan keinginan para konsumen.

Melalui Media Sosial Instagram, bisnis Anak Gawang 22 menyampaikan informasi terkait barang yang akan dipasarkan dengan memposting foto, video, maupun *caption* / penjelasan deskripsi terkait barang yang di pasarkan, dan juga media whatsapp untuk media pendukung lainnya guna wadah komunikasi dan bertukar informasi antara penjual dan pembeli agar penjual mengetahui alamat calon pembeli dan mengirim barang tersebut ke alamat tujuan. Dan owner Anak Gaawang 22 juga menyediakan *Link* Shopee jika calon pembeli membutuhkan memesan produknya melalui aplikasi shopee.

Adanya Strategi Komunikasi Pemasaran sangat penting bagi para perusahaan maupun pebisnis online, khususnya bagi para pebisnis online pemula yang sangat membutuhkan teknik komunikasi pemasaran guna menyebarkan informasi dan memperkenalkan produknya kepada khalayak sasaran, dengan adanya komunikasi pemasaran dapat memudahkan para pebisnis khususnya dibidang online, maka dengan mudah mereka memperkenalkan produknya dengan cara membagikan foto maupun video produk yang akan di tawarkan, jika banyak khalayak yang tertarik dengan foto/video produk yang sudah di bagikan maka itu menjadi point plus bagi usahawan dan produk yang dipasarkan akan semakin dikenal khalayak luas.

Pada Komunikasi Pemasaran juga memiliki 4 Unsur yakni : (*product, place, price, promotion*). Maka dari itu peneliti memfokuskan terkait Strategi Komunikasi Pemasaran pada akun sosial media Instagram @Anakgawang22 karena bertujuan agar peneliti mengetahui Bagaimana komunikasi pemasaran yang di lakukan oleh @Anakgawang22 guna menarik minat beli konsumen.

Pemilik @Anakgawang22 M. Wahyu Aditiawan mengatakan bahwa Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh @Anakgawang22 yakni melakukan iklan di salah satu situs jual beli

online, dan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan di sosial media instagram yakni memerikan harga nego untuk barang tertentu, dan sering kali memberikan bonus kaos kaki pada setiap pembelian, beserta catokan sepatu yang berguna untuk membuat sepatu tetap kokoh tidak bengkok maupun penyok. Barang sudah dipastikan original dengan kualitas baik kondisi rata-rata 90% yang di pasarkan.(Menurut keterangan Owner Anakgawang22 ke penulis pada saat wawancara tanggal 12 Mei 2023)

Adapun toko *Onlineshop* yang sejenis dengan @anakgawang22 yakni @brandedseconstore_ yang sudah memiliki 35.8Rb Pengikut di akun Instagramnya. Kedua toko ini memiliki persamaan yakni Menjual dan memasarkan produk sepatu second branded original, namun kedua toko tersebut memiliki rata-rata tingkat harga yang berbeda namun dengan kualitas yang sama.



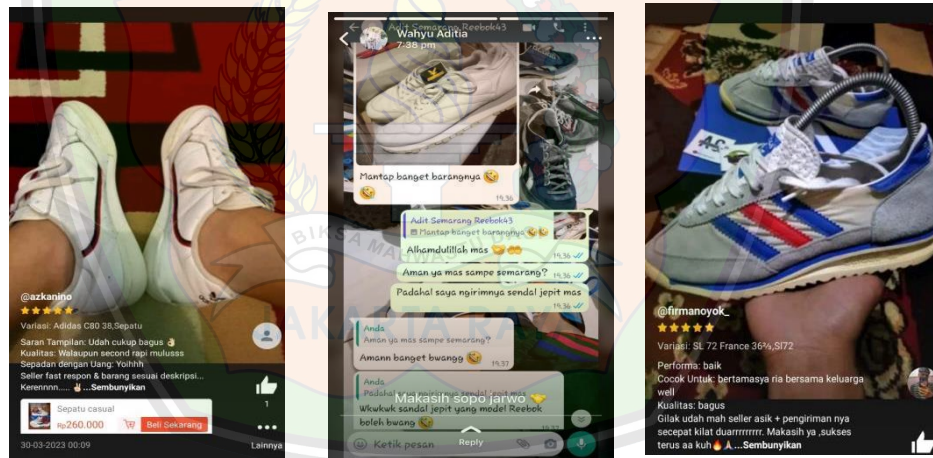
Gambar 1.3 Akun Instagram @brandedseconstore_

Sumber : Tangkapan Layar peneliti pada akun @brandedseconstore_

Penulis tertarik meneliti @anakgawang22 karena dengan adanya perbandingan harga dan kualitas antara toko @anakgawang22 dan @brandedseconstore_ membuat penulis tertarik, dengan perbandingan harga yang terbilang lumayan jauh, harga rata-rata dari @brandedseconstore_ Rp. 300.000an dengan kualitas yang hampir

rata-rata 90%, sedangkan @anakgawang22 hanya menawarkan dan memasarkan produknya dengan rata-rata kisaran harga Rp. 250.000an dengan kualitas yang sama hampir rata-rata 90%, dan dengan memberikan beberapa bonus untuk para customernya, juga memberikan harga diskon untuk beberapa barang. Hal itu dapat menarik perhatian calon konsumen untuk membeli produk di Anak Gawang 22.

Dengan beberapa respon penilaian puas para customer dari @anakgawang22 yang sudah membeli produk-produk Anak Gawang 22 dengan kondisi yang masih sangat baik dengan harga yang lebih terjangkau dan mendapatkan beberapa bonus dari @anakgawang22 serta memberikan harga khusus untuk customer. Hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait akun @anakgawang22.



Gambar 1.1.4 contoh kepuasan pelanggan @anakgawang22

Sumber : Tangkapan Layar peneliti pada salah satu akun jual beli @anakgawang22

Tabel 1.1 Penjualan dan pendapatan 3 bulan terakhir

| No. | Bulan | Barang yang terjual | Total pendapatan |
|-----|-----------------------------|---------------------|----------------------------|
| 1. | 1 Maret 2023 - 1 April 2023 | 20 Pasang Sepatu | Perkiraan Rp. 4.500.000 |
| 2. | 1 April 2023 - 1 Mei 2023 | 31 Pasang sepatu | Perkiraan Rp. 5.350.000 |
| 3. | 1 Mei 2023 - 15 Mei 2023 | 55 Pasang sepatu | Perkiraan Rp. 9.550.000 |
| 4. | 15 Mei 2023 - 1 Juni 2023 | 57 Pasang Sepatu | Perkiraan Rp. 7.450.000 |

Sumber : M. Wahyu Aditiawan (Pemilik @anakgawang22)

Berdasarkan rangkaian penjelasan di atas tersebut yang berkaitan dengan Strategi komunikasi Pemasaran, tentu sangat dibutuhkan kemampuan dan keterampilan guna melihat apa yang terjadi di dalam perusahaan, oleh karena itu dibutuhkan kesadaran dan inisiatif untuk mempelajari dan menguasai beberapa hal yang berkaitan dengan pemasaran dan menerapkan Strategi komunikasi pemasaran agar bisa mengetahui apa yang sudah terjadi pada Bisnis online Anak Gawang22 terkait Komunikasi pemasaran pada produknya.

Penulis tertarik untuk meneliti terkait Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Sepatu *Branded Second Original* Di Akun Sosial Media Instagram @Anakgawang22 Guna Menarik Minat Beli Konsumen. Karena pada era saat ini apakah masih banyak konsumen pengguna barang bekas terutama pada produk Sepatu, dan bagaimana cara *Owner* meyakinkan konsumen untuk membeli produknya, dan

melihat bagaimana konsumen bisa tertarik untuk membeli produk dari Anak Gawang 22 ini.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang yang sudah penulis jelaskan yaitu fokus penelitiannya adalah tentang bagaimana Strategi komunikasi Pemasaran yang Di lakukan oleh @Anakgawang22 pada Sosial Media Instagram

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran pada Produk Sepatu *Branded Second Original* Di Sosial Media Instagram @Anakgawang22?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk penulis mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran pada Produk Sepatu *Branded Second Original* Di Sosial Media Instagram @Anakgawang22

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penulis berharap, skripsi ini dapat menambah wawasan penulis dalam bidang komunikasi pemasaran khususnya pengetahuan mengenai faktor apa saja yang dipertimbangkan para konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk. Dan hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan untuk studi-studi lanjutan pada bidang yang sama secara lebih mendalam.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penulisan penelitian skripsi ini dapat menambah ilmu pengetahuan dalam keputusan pembelian sebuah produk, selain itu dapat mempelajari lebih dalam bidang komunikasi pemasaran pada suatu perusahaan dalam mempromosikan produknya guna menarik minat beli para konsumen.