BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dari sekian banyaknya bisnis, bisnis kuliner merupakan salah satu yang berkembang pesat. Bisnis kuliner masih menunjukkan pertumbuhan yang tinggi di berbagai belahan dunia. Salah satu alasan berkembangnya bisnis di bidang ini adalah karena bisnis kuliner menjanjikan keuntungan yang besar. Bisnis kuliner erat kaitannya dengan makanan yang merupakan ssalah satu kebutuhan pokok manusia dan wajib di penuhi, oleh karena itu permintaan terhadap berbagai kebutuhan kuliner terus meningkat. Dalam bidang *food* and *beverages* menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga merupakan kebutuhan pokok setiap orang. (Lestari Sukarniati et al., 2021)

Makanan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia, dan sebagai hasilnya bisnis kuliner menjadi salah satu opsi yang sangat menarik. Dengan pertumbuhan penggunaan media sosial oleh masyarakat yang semakin meluas, potensi bisnis kuliner untuk dikembangkan melalui *platform* ini sangatlah besar. Penting bagi setiap pengusaha kuliner untuk senantiasa mengikuti perkembangan industri ini, baik dalam hal inovasi produk maupun cara memasarkannya, guna tetap relevan dan bersaing di era saat ini. Memanfaatkan media sosial menjadi kunci untuk memperluas prospek bisnis kuliner dalam jangka panjang. (Yuritanto et al., 2021)

Welcome Sweetness merupakan salah satu *pastry* dan *bakery* di Kota Bekasi. Di tahun 2019 *Welcome Sweetness* rebranding dari yang awalnya bernama Laflorence_shop menjadi *Welcome Sweetness.* *Welcome Sweetness* yang awalnya diproduksi dirumah dan dijual melalui online serta dari mulut ke mulut teman, sekarang

Peningkatan Penjualan.., Ghani Irsyad Hirlananda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

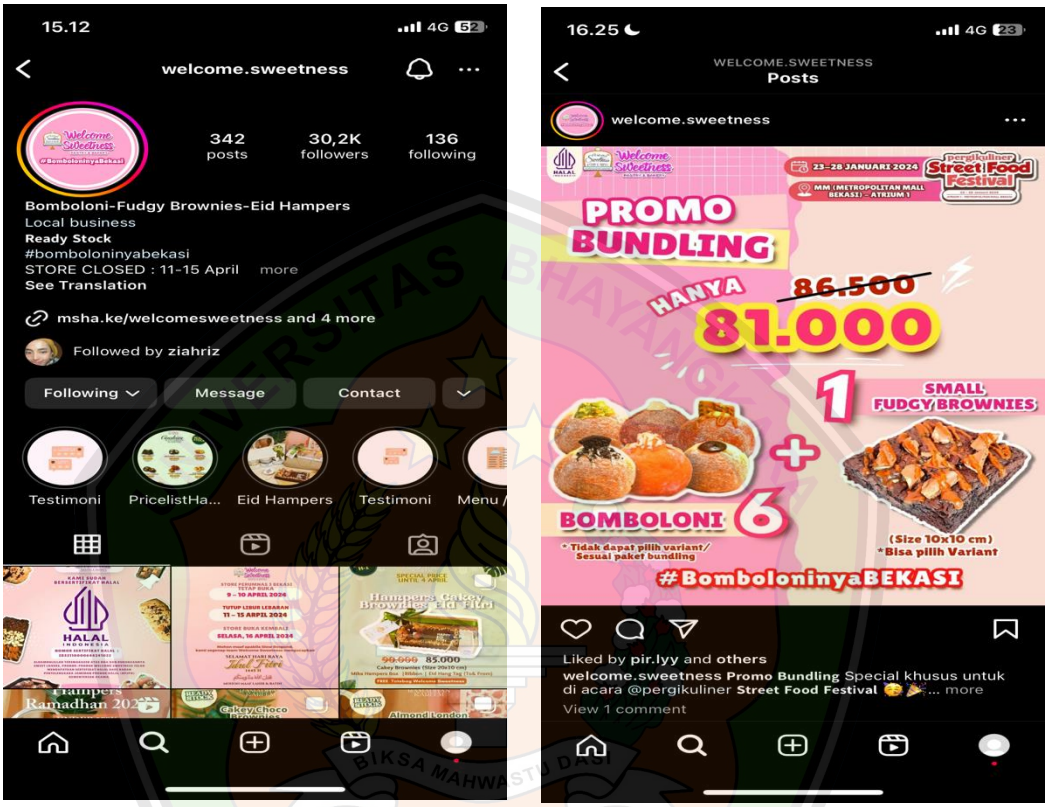
sudah memiliki dua cabang. *Welcome Sweetness* juga aktif dalam mengikuti acara-acara *streetfood* atau event di Kota Bekasi.

Welcome Sweetness menjual berbagai macam makanan, menu yang disajikan oleh *Welcome Sweeteness* seperti *Doughnuts, Bomboloni, Fudgy Brownies, Dessert*, dan berbagai macam minuman yang segar. *Welcome Sweetness* memiliki satu menu *signature* yaitu *Bomboloni,* menu *Bomboloni* mempunyai 16 varian rasa yang berbeda-beda, dengan banyaknya varian rasa membuat para konsumen bisa memilih rasa yang beraneka ragam.

Dalam dunia bisnis dibidang makanan tentu akan ada kompetitor yang sangat banyak salah satu kompetitor *Welcome Sweetness* yaitu Ranpasserie. Ranpasserie merupakan bisnis kuliner *pastry* dan *bakery* yang berada di Bekasi yang saat ini bisa di katakana cukup popular di kalangan masyarakat, hanya saja Raspasserie berjualan hanya di media sosial Instagram tidak memiliki toko fisik seperti *Welcome Sweetnes*. Menu yang disajikan terbilang lebih sedikit dari pada *Welcome Sweetness* namun menu-menu yang mereka sajikan cukup dapat menarik perhatian warga instagram, Ranpasserie memiliki akun media sosial Instagram yang bernama @ranpasserie, *followers* Ranpasserie berjumlah 1.039 ribu dan postingannya berjumlah 82 lebih walaupun *followers* Instagram mereka tidak sebanyak *welcome sweetnes* namun akhir-akhir ini cukup banyak di bicarakan di media sosial. Walaupun begitu *welcome sweetnes* tetap konsisten dengan strategi yang sudah mereka gunakan untuk meningkatkan penjualan mereka.

Welcome Sweetness sendiri sudah memiliki akun Instagram yang bernama @welcome.sweetness. Media sosial *Welcome Sweetness* digunakan sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Welcome Sweetness* juga aktif dalam mempromosikan semua menu yang dimilikinya. Instagram *Welcome Sweetness* juga membagikan informasi seperti lokasi toko mereka, nomor admin setiap cabang, serta jam operasional setiap cabang di bio *Welcome Sweetness*. Welcome Sweetness juga selalu memberikan informasi seperti promo yang ditawarkannya melalui Instagram *Story* atau *Feeds* di akun @welcome.sweetness. Terbukti dengan aktifnya media sosial Instagram

@welcome.sweetness, *followers* akun Instagram *Welcome Sweetness* sekarang sudah berjumlah 30,2 ribu.



Gambar 1.1 Tampilan Instagram

Sumber : @welcome.sweetness

Komunikasi pemasaran merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang memegang peranan penting dalam perusahaan. Oleh karena itu penerapan komunikasi pemasaran sangat penting supaya komunikasi yang disampaikan efektif dan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat sesuai tujuan yang ingin dicapai. (Mubarokah Amalina et al., 2022). Membangun hubungan yang kuat dengan konsumen bukanlah semata-mata tentang strategi pemasaran, melainkan juga melibatkan interaksi komunikatif dengan mereka. Keterhubungan yang erat antara pemasaran dan

komunikasi dapat menghasilkan bidang studi yang dikenal dengan komunikasi pemasaran. (Emeilia Rindana Intan, 2021)

Karena itu bauran pemasaran dianggap sebagai faktor yang sangat potensial untuk memasarkan produk. Bauran pemasaran adalah , produk, harga, promosi,distribusi, fisik, orang dan tempat sangat berperan paling utama pada kondisi persaingan yang terus menjadi tajam serta berkembangnya permintaan barang. Maka *Welcome Sweetness* selalu memberikan produk-produk yang terbaik, harga yang masih bisa terjangkau oleh semua kalangan, promosi yang selalu menarik untuk para pelanggan serta tempat yang bersih dan memiliki ciri khas berwarna *pink*, dengan memberikan yang terbaik untuk para pelanggannya, citra *Welcome Sweetness* di mata para pelanggan sangat positif.

Tabel 1.1 Penjualan *Welcome Sweetness*

Tahun	Jumlah Pesanan
2023	6872 pesanan
2024	7453 pesanan

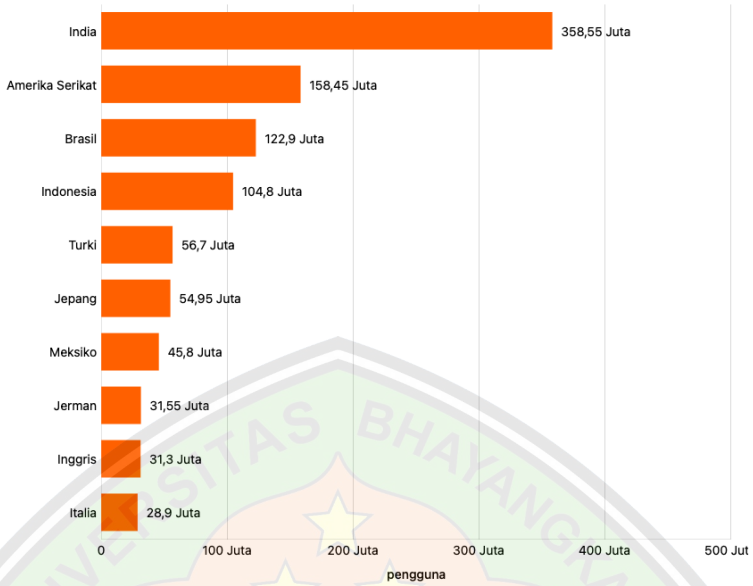
Dari data di atas terlihat bahwa di tahun 2023 terdapat penjualan sebanyak 6872 pesanana dan di tahun 2024 terdapat kenaikan penjualan yakni terdapat 7453 pesanan. Hal ini berarti pada tahun 2024 terjadi kenaikan penjualan sebanyak 581 pesanan. Hal ini dapat di sebabkan pada tahun 2024 *Welcome Sweetness* benar-benar mengoptimalkan promosi dengan instagram, mulai dari membuat konten games berhadiah yang lebih menarik dari tahun sebelumnya, tidak lupa juga melakukan kerja sama dengan influencer untuk menarik perhatian pelanggan yang belum mengenal *Welcome Sweetness* sebelumnya. Sehingga komunikasi pemasaran di Instagram yang digunakan bisa di katakan cukup efektif.

Penggunaan media sosial telah sangat membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari dan dalam mengelola bisnis. Penggunaan media sosial dalam sebuah bisnis sekarang merubah cara berkomunikasi mereka dengan masyarakat dan pelanggan.

Media sosial merupakan suatu hasil perkembangan teknologi yang pesat dan membawa berbagai pekerjaan masyarakat. Media sosial menekankan konsep komunikasi dua arah secara *real time* bagi penggunanya, sehingga memungkinkan mereka menghemat waktu dan berkomunikasi dengan lebih efektif dan efisien. Karena itu, teknologi internet berperan besar dalam perkembangan komunikasi di masyarakat dengan diciptakanlah media sosial yang memberikan bergbagai kemudahan dalam mengelola bisnis, mengelola data, dan berbagi informasi. (Waskithoaji et al., 2022)

Media sosial berkembang dan mempengaruhi perkembangan ekonomi. Kegiatan jual beli yang sebelumnya dilakukan dengan cara tatap muka, dengan adanya media sosial kini jauh lebih mudah. Perkembangan media sosial membuat perusahaan mengalami pergeseran, banyak perusahaan yang beralih kegiatan promosi dari media cetak dan elektronik ke media sosial. (Hutajulu Muhammad Ihza et al., 2023)

Instagram merupakan media sosial yang tepat untuk komunikasi pemasaran. Para pelaku bisnis dapat berinteraksi langsung dengan konsumen yang menjadi pengikutnya atau calon konsumen yang belum menjadi pengikutnya. Instagram tidak hanya banyak digunakan oleh semua kalangan, namun juga memiliki banyak fitur yang dapat menunjang kegiatan pemasaran salah satunya Instagram *Ads*. Instagram *Ads* merupakan bentuk periklanan, Instagram yang memungkinkan pengguna menjangkau khalayak dalam jumlah besar. Instagram memiliki akun khusus yang dapat digunakan untuk keperluan pemasaran yaitu Instagram *for Business*. (Mubarokah Amalina et al., 2022)



Gambar 1.2 Survei Data

Sumber: databooks.katadata.co.id

Survei data yang dilansir oleh situs databooks.katadata.co.id bahwa aplikasi media sosial dengan pengguna terbanyak keempat di dunia merupakan Instagram per Oktober 2023 versi *We Are Social*. Posisinya berada dibawah Facebook, Youtube, dan WhatsApp. *We Are Social* melaporkan data, pada Oktober 2023 ada sekitar 104,8 juta pengguna Instagram di Indonesia. Dari jumlah tersebut menjadikan Indonesia negara keempat dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia. *We Are Social* mencatat 1,64 miliar pengguna Instagram diseluruh dunia pada Oktober 2023. Jumlah ini naik 2,5 persen secara kuartalan (*quarter-to-quarter/*qtq) dan melonjak 18,1 persen secara tahunan (*year-on-year/*yoy). Berdasarkan gendernya, laki-laki mendominasi pengguna Instagram global yang berusia 18 tahun keatas dengan proporsi 50,3 persen sedangkan perempuan 49,7 persen.

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat utama dalam strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan bagi berbagai bisnis, termasuk usaha di sektor kuliner. Instagram, sebagai *platform* berbasis visual, memiliki potensi besar untuk membangun kesadaran merek, menarik pelanggan, dan meningkatkan penjualan melalui berbagai fitur seperti *feed, story, reels,* serta iklan

berbayar. *Welcome Sweetness*, sebagai bisnis yang bergerak di bidang kuliner, telah memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi. Namun, meskipun telah aktif dalam menggunakan media sosial, bisnis ini masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan penjualannya secara signifikan. Rendahnya tingkat *engagement*, kurang optimalnya strategi pemasaran digital, serta belum maksimalnya penggunaan fitur interaktif di Instagram menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya tarik dan konversi penjualan.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, penerapan bauran komunikasi pemasaran yang lebih terarah menjadi langkah penting dalam meningkatkan efektivitas pemasaran di Instagram. Bauran komunikasi pemasaran yang mencakup periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta penggunaan *influencer* dapat menjadi bauran komunikasi yang efektif untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memperkuat daya beli mereka terhadap merek. Dengan bauran komunikasi yang tepat, *Welcome Sweetness* diharapkan dapat memaksimalkan potensi pemasaran digitalnya, memperluas jangkauan pasarnya, serta mendorong peningkatan penjualan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis bagaimana penerapan bauran komunikasi pemasaran di Instagram dapat berkontribusi terhadap peningkatan penjualan *Welcome Sweetness*.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah diuraikan oleh peneliti, maka peneliti mencoba berfokus terhadap bauran komunikasi pemasaran *Welcome Sweetness* dalam meningkatkan penjualan di media sosial Instagram.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana bauran komunikasi pemasaran yang digunakan oleh *Welcome Sweetness* dalam meningkatkan penjualan?

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bauran komunikasi pemasaran *Welcome Sweetness* dalam meningkatkan penjualan.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti berikutnya, khususnya dalam bidang komunikasi, terutama terkait dengan bauran komunikasi pemasaran.

1.5.2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat langsung diterapkan oleh para pengusaha di bidang kuliner, khususnya yang baru memulai usaha disektor *pastry* dan *bakery*.