

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG PENELITIAN**

Horeca (Hotel, Restoran dan Kafe) merupakan istilah yang digunakan untuk industri bisnis di bidang makanan dan minuman yang memberikan fasilitas akomodasi untuk konsumennya. Industri di bidang ini memiliki cakupan yang luas, yaitu seluruh rangkaian bisnis mulai dari produsen makanan serta minuman hingga pelaku usaha yang langsung menjual produk kepada konsumen.

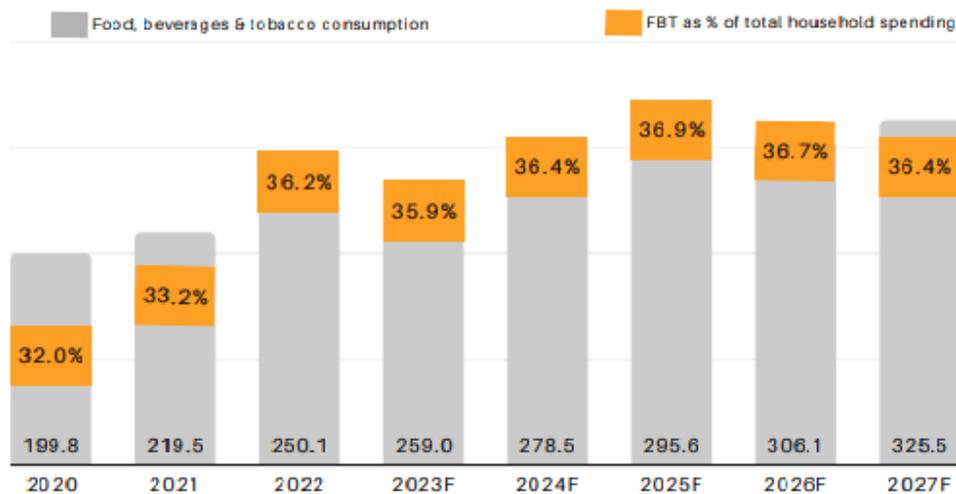
Industri ini berkembang dengan sangat pesat di seluruh dunia dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan ini dipicu oleh pertumbuhan sektor pariwisata serta permintaan akan layanan makanan dan minuman yang lebih berkualitas. Permintaan akan layanan makanan dan minuman yang berkualitas ini dipengaruhi oleh beberapa faktor salah yaitu, kebutuhan pasar yang semakin meningkat seiring dengan perkembangan ekonomi dan daya beli masyarakat, berkembangnya gaya hidup masyarakat yang mempengaruhi keputusan pembelian serta ketersediaan bahan baku yang berkualitas dan bervariasi.

Restoran menurut (Atmodjo & Widjojo, 2005) merupakan sebuah tempat yang dipergunakan secara komersil, untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pembelinya berupa makanan dan minuman. Sedangkan Kafe menurut (Atmodjo & Widjojo, 2005) merupakan sebuah tempat yang digunakan untuk makan dan minum hidangan cepat saji dengan suasana yang santai ataupun tidak resmi, yang juga

merupakan salah satu tipe dari restoran yang menyediakan tempat untuk duduk baik itu didalam maupun diluar restoran.

Restoran dan kafe di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat di beberapa tahun terakhir. Menurut Asosiasi Pengusaha Restoran dan Layanan Makanan dan Minuman Indonesia (Aprindo) jumlah restoran di Indonesia mencapai 135.000 pada tahun 2019 dan meningkat di tahun 2020 hingga mencapai total sekitar 140.000. Menurut data yang didapatkan dari *Mordor Intelligence*, Indonesia merupakan salah satu negara di Asia tenggara yang memiliki bisnis layanan makanan dan minuman yang terbesar dengan sektor makanan cepat saji yang menyumbang hampir setengah dari total penjualan makanannya (BPS, 2020).

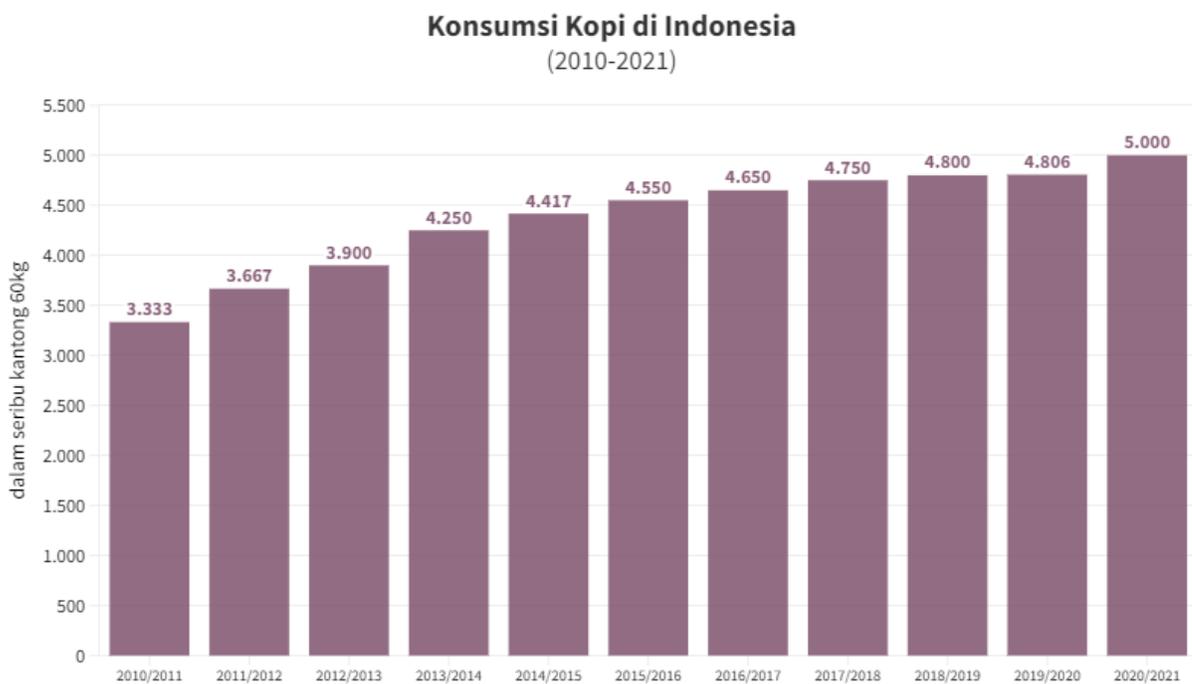
**GAMBAR 1**  
**TINGKAT KONSUMSI MAKANAN, MINUMAN DAN TEMBAKAU**  
**Food, Beverages, and Tobacco consumption in Indonesia, USD bn**



Sumber: EIU, Mordor Intelligence (2022)

Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia menurut *International Coffee Organization* (ICO) mencapai 5-6% pertahunnya, hingga pada tahun 2021 diperkirakan mencapai 617 ton. Dengan tingginya tingkat konsumsi kopi di Indonesia memberikan peluang bagi para pelaku bisnis untuk membuka tempat kopi baru.

**GAMBAR 2**  
**TINGKAT KONSUMSI KOPI DI INDONESIA**



Sumber: Data Indonesia, 2021

Dengan adanya peningkatan jumlah tempat kopi di Indonesia serta adanya peningkatan minat pembeli, berdampak kepada peningkatan kebutuhan *supplier* untuk tempat kopi tersebut. *Supplier* untuk penyedia bahan baku, peralatan hingga pelatihan untuk staff dan barista yang dibutuhkan untuk kebutuhan operasional sehari – hari toko kopi memberi peran penting untuk keberlangsungan bisnis ini. Berkembang pesatnya

toko kopi di Indonesia juga membuat *supplier* untuk terus memberikan kualitas bahan yang terbaik dan terus memberikan inovasi yang baru untuk menarik konsumen baru.

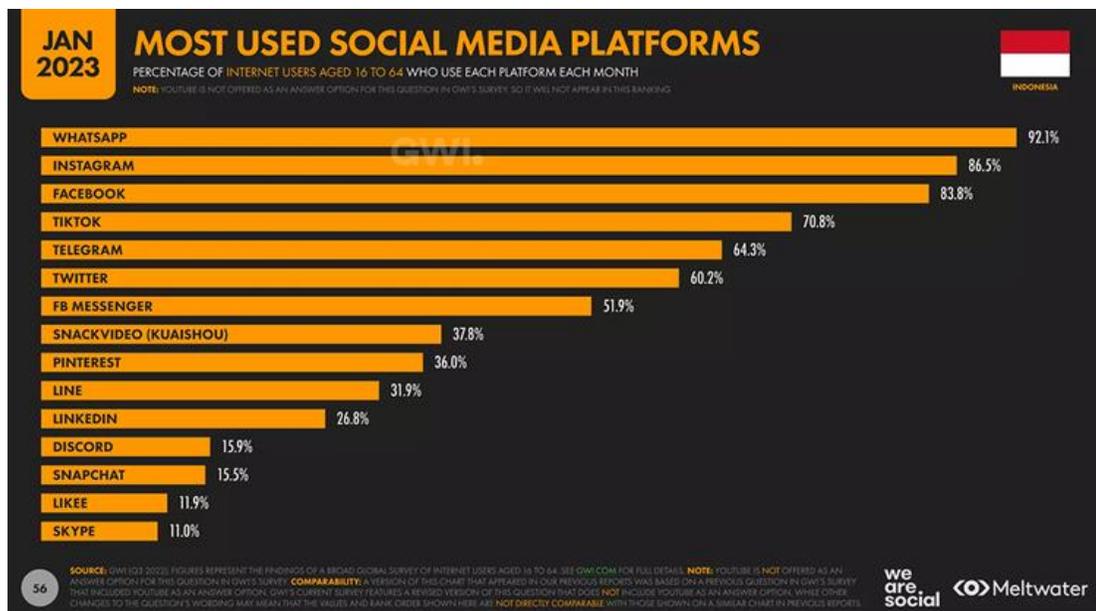
Toffin sebagai salah satu penyedia keperluan bisnis hotel, restoran hingga kafe dalam hal bahan baku, peralatan dan jasa yang tersebar di berbagai daerah di seluruh Indonesia, yaitu Jakarta, Medan, Pekanbaru, Bandung, Semarang, Bali, Samarinda, Makassar, Pontianak, Banjarmasin, Lampung, Bogor, Yogyakarta, Palembang dan Surabaya. Toffin menyediakan berbagai macam pilihan merek hingga model produk mulai dari local sampai kelas dunia contohnya, Nuova Simonelli, Victoria Arduino, Allegra, Smeg, DeLonghi, Rubbermaid, Bravo, BWT, Hario, Compak, dan masih banyak lagi. Sementara untuk kebutuhan bahan baku dalam bentuk sirup, powder, topping, saus, biji kopi, dari Davinci, Fabbri, Zicaffe, Toffin Beans Speciality, Toffin Syrup, Toffin Seattle, Toffin Lite, Comprital, dan lainnya.

Toffin juga menyediakan pelayanan jasa berupa konsultasi akan pembukaan bisnis kafe dan restoran, pelatihan untuk barista, konsultasi *coffee corner* untuk keperluan kantor, konsultasi untuk pembukaan bisnis gelato, pembuatan kreasi baru untuk minuman, dan gelato untuk kafe dan restoran hingga jasa layanan perawatan dan perbaikan mesin kopi. Toffin memiliki keunggulan dengan adanya pelatihan – pelatihan yang diberikan serta cakupan bisnis yang sudah luas yang tersebar di Indonesia.

Sebagai salah satu kegiatan promosi guna mencapai target penjualan yang di inginkan, Toffin menggunakan media sosial sebagai salah satu kegiatan *digital marketing* yang sedang marak digunakan. Menurut (Nasrullah, 2015) Media sosial

merupakan perantara di internet yang memungkinkan untuk para penggunanya untuk menggambarkan dirinya ataupun berinteraksi, bekerja sama, bertukar informasi dengan pengguna lain dengan membentuk ikatan virtual. Sedangkan Menurut (Kotler & Keller, 2016), digital marketing merupakan sebuah kegiatan promosi yang dilakukan untuk brand atau produk yang menggunakan media elektronik atau digital.

**GAMBAR 3**  
**TINGKAT PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA DI INDONESIA**



Sumber: Datareportal, 2023

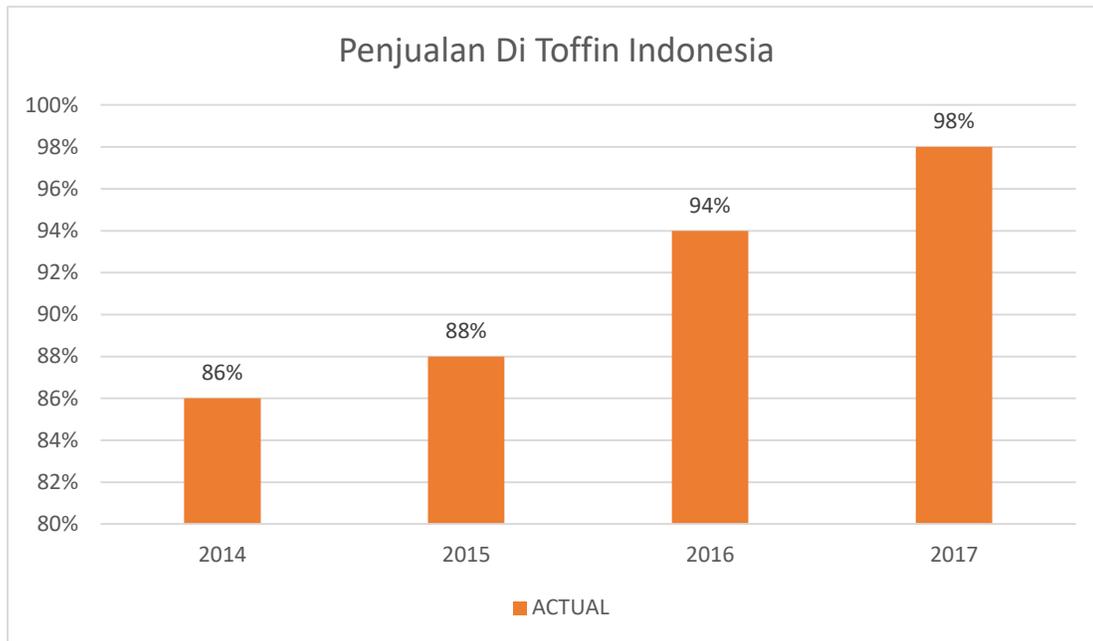
Menurut Datareportal, Instagram merupakan salah satu *platform* sosial media yang paling banyak digunakan di Indonesia. Instagram merupakan sebuah *platform* sosial media berbasis gambar dan video yang dikeluarkan pada tahun 2010 (Simon Kemp, 2023). Dengan fitur yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah gambar serta video dan memberikannya kepada pengikutnya. Pengguna juga bisa menambahkan tulisan atau tagar pada unggahan mereka untuk memudahkan pencarian.

Seiring berjalannya waktu, Instagram menambahkan fitur – fitur baru seperti, *Instagram stories, Instagram live, IGTV serta Instagram ads*. Fitur untuk “menyukai” serta “mengikuti” pengguna yang diminati pengguna juga memberikan daya tarik untuk Instagram itu sendiri. Instagram menjadi sosial media yang terbesar dengan pengguna aktif sekitar satu miliar setiap bulannya. Instagram juga memiliki kontribusi yang besar dalam mempengaruhi gaya hidup hingga tren konsumen.

Salah satu fitur yang di rilis pada bulan Oktober 2015 yaitu, *Instagram ads*. *Instagram ads* merupakan fitur pemasangan iklan berbayar pada Instagram. Iklan yang ditampilkan bisa gambar maupun video yang nantinya akan muncul pada akun pengguna yang sesuai dengan target yang diinginkan, *Instagram ads* memungkinkan pelaku bisnis untuk memperluas jangkauan pasar dengan menggunakan strategi pemasaran seperti pemilihan lokasi, minat, perilaku, umur, gender hingga domisili audiens yang dituju. *Instagram ads* bisa digunakan untuk tujuan meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan kunjungan akun bisnis, hingga meningkatkan penjualan. Penjualan yang dilakukan Toffin Indonesia dirasa belum maksimal dikarenakan belum mencapai target penjualan yang ingin dicapai, maka dari itu Toffin Indonesia mulai menggunakan pendekatan baru dalam memasarkan produknya. Salah satunya adalah penggunaan fitur *Instagram ads* dengan harapan bisa meningkatkan penjualan.

GAMBAR 4

## GRAFIK PENJUALAN TOFFIN INDONESIA



Sumber: Data Hasil Pengolahan, 2023

Instagram memiliki kemudahan visual yang bisa digunakan untuk para pelaku bisnis untuk melakukan kegiatan promosi secara menarik dan kreatif. Penggunaan fitur unggahan gambar dan video menawarkan kemudahan untuk menampilkan produk ataupun jasa kepada audiens dengan konteks penyampaian yang lebih baik dibandingkan dengan hanya menggunakan deskripsi atau kata – kata. Dengan banyaknya pengguna hingga kemudahan akses *platform* sosial media ini membuat pemasaran menggunakan *platform* ini disinyalir menjadi salah satu yang memiliki tingkat efektivitas yang tinggi untuk meningkatkan penjualan. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, penulis berniat untuk melakukan penelitian untuk mengidentifikasi bagaimana efektivitas penggunaan *Instagram ads* yang

digunakan oleh Toffin Indonesia apakah sudah dilakukan secara maksimal dan memberikan pengaruh untuk perusahaan. Maka dari itu penulis berniat untuk melakukan penelitian dengan judul “Efektivitas penggunaan *Instagram ads* untuk meningkatkan penjualan di Toffin Indonesia”

## **B. FOKUS PENELITIAN**

Fokus Penelitian yang ada didalam penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas dari penggunaan iklan berbayar yang disediakan oleh Instagram. Dengan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konten yang disajikan oleh Toffin Indonesia dalam penggunaan *Instagram ads*
2. Bagaimana cara Toffin Indonesia menentukan target audiens dari iklan yang dipasang
3. Bagaimana penggunaan *Instagram ads* di Toffin Indonesia bisa meningkatkan penjualan.

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

### **1. Tujuan Formal**

Tujuan dilakukannya penulisan penelitian ini yaitu sebagai syarat untuk menyelesaikan program diploma IV, program studi Pengelolaan Perhotelan, Jurusan Perhotelan, Politeknik NHI Bandung.

### **2. Tujuan Informal**

Tujuan informal dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui efektivitas penggunaan *Instagram ads* untuk meningkatkan penjualan di Toffin Indonesia.

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

1. Manfaat bagi Toffin adalah diharapkan bisa membantu optimalisasi penggunaan *instagram Ads* guna mencapai tingkat efektivitas yang ingin dicapai.
2. Manfaat untuk penulis adalah guna menambah pengetahuan penulis mengenai kegiatan *digital marketing* menggunakan *platform Instagram ads* di Industri dan untuk menambah kajian ilmu penulis di bidang pemasaran khususnya pemasaran secara digital.