



SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI TERPADU NURUL FIKRI

**Penerapan Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Rental
KUMIZE ADVENTURE dengan Media Sosial Instagram**

TUGAS AKHIR

SHALIAH FUTRI RAMADHANI

0110120018

Program Studi Sistem Informasi

Depok

Agustus 2024



**STT TERPADU
NURUL FIKRI**

SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI TERPADU NURUL FIKRI

**Penerapan Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Rental
KUMIZE ADVENTURE dengan Media Sosial Instagram**

TUGAS AKHIR

SHALIAH FUTRI RAMADHANI

STT - NF
0110120018

Program Studi Sistem Informasi

Depok


Agustus 2024

Halaman Pernyataan Orisinalitas

Skripsi/Tugas Akhir ini adalah hasil karya penulis, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : SHALIAH FUTRI RAMADHANI
NIM 0110120018

Depok, 06 Agustus 2024



SHALIAH FUTRI RAMADHANI

STT - NF

Halaman Pengesahan

Skripsi/Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : SHALIAH FUTRI RAMADHANI

NIM : 0110120018

Program Studi : Sistem Informasi

Judul Skripsi : Penerapan Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Rental
KUMIZE ADVENTURE dengan Media Sosial Instagram

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri

DEWAN PENGUJI

Pembimbing

Penguji



(Drs. Rusmanto, M.M.)



(Dr. Amalia Rahmah, ST, M.T.)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 06 Agustus 2024

Kata Pengantar

Puji Serta Syukur Penulis Mengucapkan Terimakasih Kepada Allah Swt Karena Berkat Rahmat dan Karunia-Nya, Penulis Dapat Menyelesaikan Skripsi Atau Tugas Akhir Ini. Penulisan Karya Akademik Ini Salah Satu Bagian dari Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer di Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri. Penulis Menyadari Bahwa Tanpa Bantuan dan Bimbingan Dari Berbagai Pihak Sejak Masa Perkuliahan Hingga Penulisan Skripsi Ini, Penulisan Tidak Akan Mampu Menyelesaikan Nya Dengan Baik, Maka dari Itu Penulis ingin Mengucapkan Banyak Terimakasih Kepada :

1. Allah Swt.
2. Kedua Orang Tua, kakak, Adik, Nenek, Serta Keluarga Yang Membuat Penulis Mau Memperjuangkan Ini Semua dan Terimakasih Telah Memberikan Dukungan Baik Secara Moril Maupun Materil dalam Penyelesaian Tugas Ini.
3. Bapak Dr. Lukman Rosyidi, ST., MM., MT. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
4. Ibu Misna Asqia, S.Kom, M.Kom., Selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
5. Ibu Misna Asqia, S.Kom, M.Kom., Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang Telah Membimbing Penulis Selama Berkuliah Di Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
6. Bapak Drs. Rusmanto, M.M., Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Penulis dalam Menyelesaikan Penulisan Ilmiah Ini.
7. Para Dosen Di Lingkungan Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri yang Telah Membimbing Penulis dalam Menuntut Ilmu yang Telah Diberikan.
8. Terimakasih Kepada Muhammad Ridwansyah Telah Membantu Penulis dalam Melaksanakan Tugas Akhir Ini dari Awal Hingga Akhir Penelitian dan Telah Menunggu serta Memberikan Dukungan Penuh Kepada Penulis Agar Melakukan Penelitian Ini dengan Baik.
9. Terimakasih Kepada Teman Teman Yang Penulis Tidak Sebutkan Satu Persatu Namun Sangat Membantu Penulis Dalam Menyelesaikan Tugas Akhir ini, Terimakasih Atas Dukungan, Support dan Kerja Samanya Dalam Menyelesaikan Tahap Akhir ini, Terimakasih Sudah Tetap Bersama Walau Badai Riuh Isi Kepala.
10. Pemilik Kumize Adventure Beserta Staf yang Sudah Meluangkan Waktu Nya Untuk Menyediakan Informasi yang Penulis Kebutuhan dalam Penulisan Ini.

dalam Penulisan Ini, Masih Terdapat Kekurangan yang Mungkin Disebabkan Oleh Batasan Kemampuan dan Pengetahuan Penulis. Namun, Penulis Telah Berusaha Sebaik Mungkin Untuk Menyelesaikan Karya Ini. Oleh Karena Itu, Penulis Dengan Rendah Hati Menerima Kritik dan Saran Dari Pembaca Untuk Meningkatkan Kualitas Penulisan Ini. Sebagai Penutup, Penulis Berharap Agar Allah Swt Memberkati Semua Pihak yang Telah Memberikan Bantuan, dan Semoga Karya Ini Bermanfaat Untuk Kemajuan Ilmu Pengetahuan.

Depok, 06 Agustus 2024



SHALIAH FUTRI RAMADHANI



STT - NF

**Halaman Pernyataan Persetujuan
Publikasi Tugas Akhir Untuk Kepentingan Akademis**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SHALIAH FUTRI RAMADHANI

NIM 0110120018

Program Studi : Sistem Informasi

Jenis karya : Skripsi / Tugas Akhir

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STT-NF Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty - Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Penerapan Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Rental KUMIZE ADVENTURE dengan Media Sosial Instagram

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini STT-NF berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 06 Agustus 2024

STT

Yang Menyatakan	
	
(SHALIAH FUTRI RAMADHANI)	

Abstrak

Nama : SHALIAH FUTRI RAMADHANI
NIM : 0110120018
Program Studi : Sistem Informasi
Judul : Penerapan Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Rental
KUMIZE ADVENTURE dengan Media sosial Instagram

Bisnis merupakan aspek tak terpisahkan dari kehidupan manusia yang melibatkan berbagai kegiatan dengan tujuan mencari keuntungan, penggunaan internet dalam bisnis telah berkembang dari sekedar alat pertukaran informasi elektronik menjadi strategi pemasaran yang luas, termasuk melalui platform media sosial seperti Instagram. KUMIZE ADVENTURE adalah bisnis rintisan yang menyediakan jasa dan penyewaan peralatan pendakian serta perjalanan trip, dengan menggunakan Instagram sebagai sarana utama untuk pemasaran, memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan platform tersebut. Tujuan penelitian ini adalah memahami dan mengevaluasi strategi pemasaran digital KUMIZE ADVENTURE melalui Instagram. Fokusnya adalah penggunaan Instagram sebagai alat pemasaran, dengan observasi dan analisis terhadap akun bisnis. Data dikumpulkan melalui survei dan wawancara dengan pemilik usaha serta kuesioner google formulir kepada 30 responden untuk mengetahui minat dan kepuasan pelanggan terhadap konten Instagram.

STT - NF

Penelitian ini termasuk dalam tindakan *action research* dengan metode kualitatif deskriptif dan pengujian UAT (*user acceptance testing*). Konsisten memposting konten di Instagram membantu membangun kesadaran merek dan meningkatkan keterlibatan melalui interaksi aktif. Responden menginginkan akun @kumize.adventuredepok lebih aktif dalam membuat konten, terutama postingan *feeds* dan *reels* yang menampilkan perjalanan pendakian, edukasi, serta foto barang sewa. Mereka juga menginginkan pembaruan informasi melalui Instagram *story* dan dapat menyajikan konten yang menarik dan relevan secara konsisten.

(kunci: Strategi pemasaran, media sosial, Instagram, rental *outdoors*)



STT - NF

Abstract

Name : SHALIAH FUTRI RAMADHANI

NIM : 0110120018

Study Program : *INFORMATION SYSTEM*

Title : *Implementation of Digital Marketing Strategy in the KUMIZE ADVENTURE Rental Business using Instagram Social Media*

Business is an inseparable aspect of human life which involves various activities with the aim of making a profit. The use of the internet in business has developed from just a means of electronic information exchange to a broad marketing strategy, including through social media platforms such as Instagram. KUMIZE ADVENTURE is a start-up business that provides services and rental of climbing equipment and travel trips, using Instagram as the main means for marketing, utilizing the features provided by the platform. The aim of this research is to understand and evaluate the digital marketing strategy of KUMIZE ADVENTURE via Instagram. The focus is on using Instagram as a marketing tool, with observation and analysis of business accounts. Data was collected through surveys and interviews with business owners as well as a Google form questionnaire for 30 respondents to determine customer interest and satisfaction with Instagram content.

STT - NF

This research is included in action research with descriptive qualitative methods and UAT testing (user acceptance testing). Consistently posting content on Instagram helps build brand awareness and increase engagement through active interaction. Respondents want the @kumize.adventuredepok account to be more active in creating content, especially posting feeds and reels featuring climbing trips, education, and photos of rental items. They also want updated information via Instagram stories and to be able to provide interesting and relevant content consistently.

(key: *Marketing strategy, social media, Instagram, outdoor rental*)



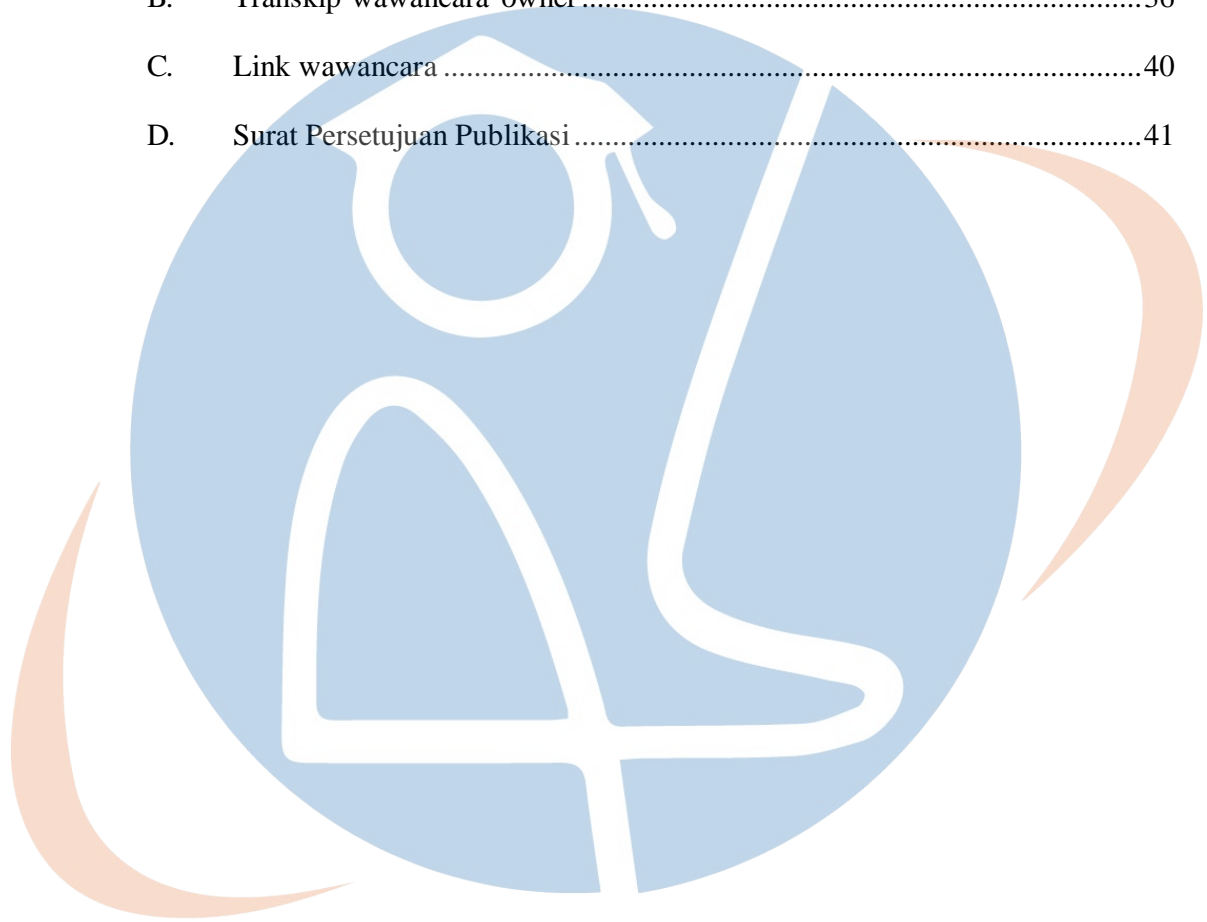
STT - NF

Daftar Isi

Halaman Pernyataan Orisinalitas	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Kata Pengantar	iii
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir Untuk Kepentingan Akademis	v
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	3
BAB II KAJIAN LITERATUR	5
2.1 Profile KUMIZE ADVENTURE	5
2.2 Teori -Teori Dengan Analisis Penelitian Strategi Pemasara	6
2.2.1 Strategi.....	6
2.2.2 Strategi Bisnis.....	7
2.3 Teori- Teori Analisis Penelitian Media Sosial	8
2.3.1 Media Sosial	8

2.3.2	Instagram Bisnis	8
2.3.3	Instagram Reels	8
2.3.4	Instagram Feeds	9
2.3.5	Instagram Direct Message	9
2.3.6	Instagram Story.....	9
2.4	Penelitian Terkait	9
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		12
3.1	Tahapan Penelitian	12
3.1.1	Studi Pustaka	12
3.1.2	Pengumpulan Data dan Informasi	13
3.1.3	Analisis Pembahasan	13
3.1.4	Evaluasi Hasil	13
3.1.5	Kesimpulan dan Saran	13
3.2	Rancangan Penelitian	14
3.2.1	Jenis Penelitian	14
3.2.2	Metode Analisis.....	14
3.2.3	Metode Pengumpulan Data	14
3.2.4	Metode Pengujian	15
3.2.5	Lingkungan Pengembangan.....	16
BAB IV IMPLEMENTASI DAN EVALUASI.....		18
4.1	Hasil Pustaka	18
4.2	Pengumpulan Data dengan Wawancara	18
4.3	Analisis dan Pembahasan	21
4.4	Implementasi Pemasaran Digital Melalui Instagram	23
4.5	Evaluasi Hasil.....	26
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		33

5.1 Kesimpulan	33
5.2 Saran.....	33
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	36
A. Dokumentasi.....	36
B. Transkrip wawancara owner.....	36
C. Link wawancara	40
D. Surat Persetujuan Publikasi.....	41



STT - NF

Daftar Gambar

GAMBAR 2. 1 TAMPILAN PROFILE KUMIZE ADVENTURE.....	5
GAMBAR 3. 1 TAHAPAN PENELITIAN.....	12
GAMBAR 4.2. 1 TAMPILAN PROFILE KUMIZE ADVENTURE.....	19
GAMBAR 4.2. 2 PENYEWAAAN MELALUI DM.....	20
GAMBAR 4.3 1 TAMPILAN KONTEN PRODUK SEWA.....	24
GAMBAR 4.3 2 TAMPILAN KONTEN PRODUK BARANG JUAL.....	24
GAMBAR 4.3 3 TAMPILAN KONTEN ALAT SEWA.....	25
GAMBAR 4.3 4 TAMPILAN KONTEN JASA OPEN TRIP.....	25
GAMBAR 4.4. 1 TAMPILAN TABEL JENIS KELAMIN.....	21
GAMBAR 4.4. 2 HASIL SURVEI KUALITAS KONTEN.....	22
GAMBAR 4.4. 3 TAMPILAN HASIL SURVEY JENIS KONTEN.....	23
GAMBAR 4.4. 4 TAMPILAN SOTRY PENDEKATAN PELANGGAN.....	26
GAMBAR 4.4. 5 TAMPILAN JAWABAN STORY PERTANYAAN2 PENDEKATAN PELANGGAN.....	27
GAMBAR 4.4. 6 TAMPILAN ANALISIS VIEWERS DAN LIKE POSTINGAN FOTO.....	28
GAMBAR 4.4. 7 TAMPILAN ANALISIS VIEWERS DAN LIKE POSTINGAN REELS.....	28
GAMBAR 4.4. 8 HASIL SURVEI PERBAIKAN KONTEN.....	29
GAMBAR 4.4. 9 HASIL SURVEI JENIS KONTEN.....	30
GAMBAR 4.4. 10 HASIL SURVEI PENGARUH KONTEN TERHADAP KEPUTUSAN SEWA.....	30
GAMBAR 4.4. 11 HASIL SURVEI SARAN DAN HARAPAN PELANGGAN TERHDAP KUMIZE ADVENTURE.....	31

STT - NF

Daftar Tabel

TABLE 2. 1 PENEITIAN TERKAIT	10
TABEL 3.2. 1 TABEL HASIL PNGUJIAN UAT	15



STT - NF

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis merupakan aspek tak terpisahkan dari kehidupan manusia yang melibatkan berbagai kegiatan dengan tujuan mencari keuntungan, baik dilakukan oleh individu maupun kelompok. Dengan demikian, bisnis telah menjadi bagian dari sejarah manusia sejak awal, karena memiliki tujuan yang bersifat menghasilkan keuntungan. Bisnis akan senantiasa menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia, tren bisnis telah mengalami perubahan signifikan, dengan banyak bisnis konvensional beralih ke ranah digital karena kemajuan internet [1].

Perkembangan teknologi dalam bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi telah memberikan dukungan yang signifikan terhadap revolusi internet. perkembangan ini telah menjadikan era internet sebagai zaman informasi. penggunaan internet dalam konteks bisnis telah berkembang dari hanya sebagai alat pertukaran informasi elektronik menjadi alat yang digunakan untuk berbagai strategi bisnis, termasuk pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan. salah satunya salah pemasaran melalui internet [2].

Instagram adalah salah satu aplikasi Media Sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagai foto dan gambar, serta menerapkan filter digital. pengguna juga dapat menyebarkan konten tersebut berbagai tayangan Media Sosial, termasuk Instagram itu sendiri. aplikasi ini memfasilitasi pengguna untuk berbagi pengalaman mereka dan juga berfungsi sebagai alat promosi bagi bisnis [3], selain itu salah satu platform Media Sosial yang digunakan untuk ajang promosi adalah Instagram hingga sebagai salah satu strategi pemasaran sebuah bisnis.

Menurut W. Y. Stanton, pemasaran adalah sesuatu yang mencakup seluruh sistem, mulai dari merencanakan dan menentukan harga hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang dan Jasa yang dapat memenuhi

kebutuhan pembeli nyata dan potensial [4]. dengan kata lain, strategi pemasaran adalah rencana pemasaran yang komprehensif dan terpadu yang mengatur langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan pemasaran bisnis. strategi pemasaran adalah kumpulan tujuan, peraturan dan kebijakan yang mengatur kegiatan pemasaran secara bertahap dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti persaingan yang berkembang dan lingkungan persaingan yang dinamis [5].

KUMIZE ADVENTURE juga dalam melakukan kegiatan aktivitas bisnisnya menggunakan aplikasi Instagram sebagai wadah memasarkan rental dan jasa. KUMIZE ADVENTURE adalah bisnis rintisan yang menyediakan Jasa dan penyewaan alat *outdoors* pendakian dan juga jasa perjalanan trip. bisnis ini telah melibatkan media sosial instagram sebagai wadah pemasarannya, mereka menggunakan dan memanfaatkan fitur-fitur yang telah disediakan Instagram seperti, *feeds* atau *postingan*, *reels*, *insta story*, dan *direct message* sebagai pemasaran dan wadah komunikasi antar konsumen. namun belakangan ini mereka belum mengoptimalkan dalam memanfaatkan fitur *feeds* sebagai wadah pemasaran serta komunikasi antar konsumen.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu memahami proses penerapan dan mengevaluasi strategi pemasaran digital pada usaha rental KUMIZE ADVENTURE dengan media sosial instagram dan hanya akan memfokuskan pada penggunaan media sosial instagram dan akan melakukan observasi dan analisis terhadap penggunaan Instagram sebagai strategi pemasaran pada akun bisnis KUMIZE ADVENTURE

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana mengevaluasi hasil penerapan strategi pemasaran digital pada usaha rental KUMIZE ADVENTURE dengan media sosial Instagram dengan menyusun konten yang sesuai dengan kebutuhan konsumen?
2. Bagaimana penerapan strategi pemasaran digital pada usaha rental KUMIZE ADVENTURE dengan media sosial Instagram?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Memahami proses evaluasi penerapan strategi pemasaran digital pada usaha rental KUMIZE ADVENTURE dengan media sosial Instagram dengan membuat konten yang relevan dengan kebutuhan pelanggan seperti konten edukasi, konten paket sewa dan konten tentang jasa open trip.
2. Melakukan penerapan strategi pemasaran yang dapat dilakukan dan akan dilakukan oleh KUMIZE ADVENTURE salah satunya dengan konsisten dalam memposting konten melalui media sosial Instagram, dan memahami kebutuhan pelanggan dengan cara membuat membuat konten postingan *story* tanya jawab.

Manfaat yang akan didapat di antaranya:

1. Dengan memahami minat, kebutuhan, dan preferensi konsumen KUMIZE ADVENTURE dapat menciptakan konten yang lebih relevan dapat menargetkan audience yang lebih efektif
2. Dapatkan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan membuat konten yang sesuai kebutuhan
3. Dapatkan meningkatkan efektivitas KUMIZE ADVENTURE dan optimasi penggunaan Instagram saat berinteraksi dengan pelanggan

1.4 Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya terbatas pada fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram.
2. Penelitian ini akan bergantung pada data yang tersedia dari bisnis KUMIZE ADVENTURE, Ketersediaan data tertentu seperti data pelanggan atau proses pemasaran yang mungkin rahasia dapat membatasi analisis.
3. Penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner terhadap 30 responden secara terbuka terhadap pelanggan dikarenakan keterbatasan waktu dalam penelitian.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk membuat laporan Tugas Akhir ini lebih mudah dipahami, laporan ini ditulis dengan cara yang sistematis, seperti berikut :

Bab I Pendahuluan : Dalam bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, metodologi penelitian, pelaksanaan penulisan, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Literatur : pada bab ini pembahasan teori teori yang mendukung proses pembuatan laporan Tugas Akhir ini seperti profil perusahaan, definisi definisi dan teori pendukung lainnya.

Bab III Metodologi Penelitian : Pada bab ini memuat langkah langkah dari proses penelitian yang dilaksanakan mula dari tinjauan, analisis pembahasan, metode penelitian dan lainnya.

Bab IV Implementasi Pembahasan : Dalam bab ini berisi hasil penelitian, dan evaluasi hasil. Pada bab ini penulis membuat konten yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang relevan dan bermanfaat serta menarik perhatian pelanggan dan melakukan penelitian lebih lanjut untuk mendapatkan hasil penelitian.

Bab V Penutup : Pada bab ini memuat rangkuman dari semua temuan penelitian serta rekomendasi yang diperoleh dari proses penelitian untuk memahami seluruh implementasi perencanaan.

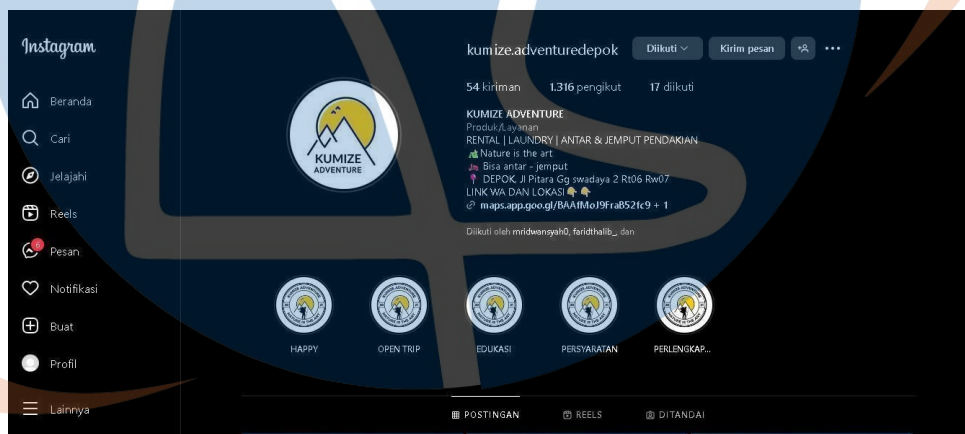
STT - NF

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Profile KUMIZE ADVENTURE

KUMIZE ADVENTURE adalah bisnis rintisan yang menyediakan jasa dan penyewaan alat *Outdoor* pendakian dan juga Jasa perjalanan trip. dalam melakukan aktivitas penjualannya KUMIZE ADVENTURE tersendiri menggunakan Instagram sebagai wadah pemasaran produk rental yang ditawarkannya. KUMIIZE ADVENTURE ini berdiri sejak tahun 2021 tepatnya di bulan September. bisnis ini merupakan usaha rintisan dari awal yang didirikan oleh pemuda yang bernama Muhammad Ridwan Syah dengan pria kelahiran 28 Mei 2002.



Gambar 2. 1 Tampilan Profile KUMIZE ADVENTURE

KUMIZE ADVENTURE berdiri karena adanya tekad dan hobby pemilik tersebut, dengan awal mula bisnis ini berdiri dikarenakan koleksi barang *outdoors* dan pendakian yang tadinya memang di hanya beli untuk keperluan pribadi, dengan kecerdasan pikiran pemuda tersebut yang berpikir bahwa sangat disayangkan jika barang tersebut hanya dipakai dan sangat jarang dipakai nanti nya, maka dari itu mulai lah bisnis kecil kecilan dengan bermodalan barang pribadi miliknya.

Berjalannya waktu pemuda tersebut menambah barang yang memang di khusus kan untuk usaha seperti menambah tenda, *matras*, dan lain lain. Berjalan nya bisnis ini membutuhkan waktu untuk dikenal banyak orang, karena memang bisnis ini berdiri dari awal tanpa adanya orang tahu, dengan media pemasaran dan pengikut seadanya KUMIZE ADVENTURE berdiri perlahan dan berjalannya waktu. bisnis ini belum memaksimalkan sepenuhnya sosial media sebagai ajang promosi dan branding KUMIZE ADVENTURE. Waktu yang dapat dimaksimalkan untuk terbilang bahwa bisnis ini dikenal banyak orang pada tahun 2023, dengan mulai membuat konten dan posting posting testimoni agar pelanggan lebih percaya bahwa memang bisnis ini benar nyatanya menyewakan rentalan alat alat *outdoor*.

KUMIZE ADVENTURE tidak hanya fokus pada penyewaan alat *outdoors* saja, saat ini juga membuka jasa antar jemput pendakian yang memang belum terlalu difokuskan. bisnis ini telah melibatkan media sosial Instagram sebagai wadah pemasarannya, mereka menggunakan dan memanfaatkan fitur fitur yang telah disediakan Instagram seperti, *feeds* atau posting an, *reels*, *insta story*, dan *direct message* sebagai pemasaran dan wadah komunikasi antar konsumen.

2.2 Teori -Teori Dengan Analisis Penelitian Strategi Pemasara

2.2.1 Strategi

Strategi merupakan serangkaian rencana besar yang mengatur cara operasional perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. ini melibatkan aspek kreativitas, inovasi, dan merupakan metode yang ditetapkan oleh pimpinan perusahaan, sementara manajer bertanggung jawab untuk fokus pada pemasaran. dengan demikian, Strategi dapat dipahami sebagai suatu strategi yang digunakan oleh para pemimpin perusahaan untuk mencapai tujuan dengan memanfaatkan sumber daya internal perusahaan dan beradaptasi dengan keadaan lingkungan [6].

2.2.2 Strategi Bisnis

Digitalisasi dalam bisnis mengacu pada operasi yang lebih *terotomatisasi* dan digital di mana semua data dipindahkan ke dalam sistem komputer untuk memudahkan aksesnya. ini merupakan peluang pengembangan otomatisasi melalui kecerdasan buatan, yang berpotensi meningkatkan produktivitas, efisiensi, keamanan, kenyamanan dan mengubah paradigma kerja dengan menciptakan jenis pekerjaan digital. strategi bisnis merupakan metode atau rencana yang diterapkan oleh perusahaan guna mencapai tujuan bisnisnya. proses ini melibatkan pengambilan keputusan yang terencana dan terstruktur untuk mengenali target bisnis, mengevaluasi lingkungan internal dan eksternal, merumuskan rencana tindakan dan menggunakan sumber daya dengan efisiensi demi mencapai keunggulan kompetitif serta pertumbuhan yang berkelanjutan [7].

2.2.3 Strategi Pemasaran

Menurut Boyd et al (2000:66) promosi penjualan merupakan promosi yang dirancang untuk mendorong orang untuk membeli atau menjual suatu produk dalam waktu singkat. Ini dapat termasuk kupon, kontes, sampel produk dan sebagainya. kegiatan promosi penjualan dianggap sebagai komponen penting dalam kampanye pemasaran, promosi penjualan merupakan bagian penting dari strategi pemasaran produk berbagai organisasi, termasuk prosedur, pengecer dan organisasi lainnya [7], promosi merupakan rangkaian aktivitas yang diciptakan untuk meningkatkan pemahaman, minat dan akuisisi produk atau layanan tertentu. ini melibatkan berbagai pendekatan dan metode seperti Pemasaran iklan, promosi penjualan dan aktivitas hubungan masyarakat yang bertujuan untuk mempengaruhi tindakan konsumen dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

2.3 Teori- Teori Analisis Penelitian Media Sosial

2.3.1 Media Sosial

Media Sosial adalah resolusi baru dalam dunia media yang memungkinkan pengguna mengakses dan berbagi informasi secara bebas. prakarsa Media Sosial mendorong pelaku bisnis, organisasi dan pemerintahan untuk mencapai tujuan sebagai dampak Media Sosial yang dianggap sebagai salah satu pendekatan pemasaran yang paling *efisien* untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan menjalin koneksi positif dengan mereka [8].

2.3.2 Instagram Bisnis

Media Sosial merupakan suatu perubahan signifikan dalam ranah media yang memberikan konsumen kebebasan penuh untuk menyebarkan dan mengakses informasi, merupakan suatu kemajuan besar dalam industri media. prakarsa Media Sosial mendorong pelaku bisnis, organisasi dan pemerintahan untuk mencapai tujuan dengan biaya yang lebih hemat namun dampak yang lebih besar [9], Media Sosial sebagai salah satu strategi pemasaran yang paling efektif dalam membangun hubungan yang baik dengan konsumen dan menjalin koneksi positif dengan mereka, berikut beberapa fitur fitur Instagram yang memang sering digunakan pengguna Instagram [10].

2.3.3 Instagram Reels

Fitur yang memudahkan pengguna untuk berkreasi dalam video pendek dan mengekspresikan kreativitas dengan lebih mudah serta memberikan personal melalui penggunaan musik yang sesuai dengan suasana atau tema video.

2.3.4 Instagram Feeds

Fitur pengguna untuk melihat kiriman dari akun banyak orang, pengguna dapat melihat foto dan video pada Instagram. Pada fitur ini juga memungkinkan pengguna untuk menyukai, komentar dan berbagi kiriman.

2.3.5 Instagram Direct Message

Fitur ini dapat memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara pribadi dengan pengguna lainnya, dalam fitur ini pengguna dapat mengirim foto, video bahkan pesan suara.

2.3.6 Instagram Story

Fitur yang menjadi salah satu cara pengguna untuk berbagai momen sehari-hari dalam bentuk foto atau video dalam bentuk sementara.

2.4 Penelitian Terkait

Tabel berikut menunjukkan penelitian-penelitian terkait yang mempunyai kesamaan dengan penelitian ini.

Ada Tiga judul penelitian yang tersedia untuk perbandingan.

Table 2. 1 Penelitian terkait

No	Nama dan Tahun	Judul	Tujuan	Subjek	Hasil
1	Widyaningrum, Premi Wahyu.2016	Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang	Strategi Pemasaran	Remaja dan Dewasa	Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran
2	Wiguna, I. Komang Arya Ganda, et	Pemanfaatan Media Sosial	Strategi Pemasaran	Remaja dan Dewasa	Strategi pengembangan Bisnis

	al.2021	untuk Memaksimalkan Pemasaran Usaha Rias dan Sewa Busana SM Studio Bali			
3	Sukoco, Sampir Andean, and Moh Rizal Hidayatullah.2021	Penggunaan media sosial Instagram sebagai Strategi Pemasaran (Studi kasus pada akun <i>Outdoor sgear_official</i>)	Strategi Pemasaran	Remaja dan Dewasa	Penggunaan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran

a. Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang

Persamaan : penelitian ini juga berfokus pada Strategi pemasaran dan pemanfaatan Media Sosial dalam Memasarkan bisnis UKM, dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana bisnis skala kecil dan menengah dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial khususnya Instagram sebagai alat pemasaran yang efektif dan efisiensi.

Perbedaan: terletak pada pendekatan yang digunakan dalam menganalisis peran media sosial sebagai strategi pemasaran dan penerapan Pemasaran Digital[11].

b. Pemanfaatan Media Sosial untuk Memaksimalkan Pemasaran Usaha Rias dan Sewa Busana SM Studio Bali

Persamaan : penelitian ini memberikan solusi permasalahan yang dapat dihadapi oleh bisnis usaha masing masing, dalam usaha rias sewa busana dituju untuk manajemen order dan konten media sosial, sedangkan kumize adventure memfokuskan pada pemahaman dan evaluasi terhadap strategi pemasaran digital.

Perbedaan : penelitian ini memiliki perbedaan dengan mendorong pengembangan langsung dan yang satunya berfokus pada pengumpulan data, analisis dan interpretasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam sebagai alat pemasaran[2].

c. Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Strategi Pemasaran (Studi kasus pada akun rrOutdoorsgear_official)

Persamaan : penelitian ini sama sama menggunakan metode pengumpulan data yang serupa. Keduanya melakukan observasi, dan wawancara untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan. Kedua penelitian ini mengidentifikasi media sosial sebagai platform utama dalam menjalankan strategi pemasaran.

Perbedaan : pada penelitian RRoutdoors lebih berfokus pada menganalisis efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan, sedangkan kumize adventure penekanan khusus pada pembuatan konten yang sesuai kebutuhan pelanggan[13].

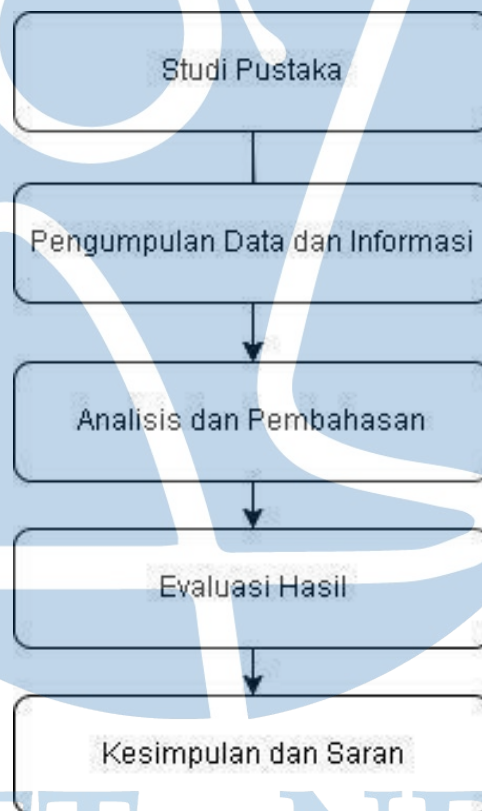
STT - NF

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian ini menjelaskan metode yang digunakan untuk pengumpulan dan menganalisis data, penelitian ini terdiri sebagai berikut



Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian

3.1.1 Studi Pustaka

Dalam studi pustaka ini bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis berbagai teori serta sumber bacaan yang relevan sebagai acuan dalam mengerjakan penelitian di tahap berikutnya, seperti membahas tentang teori-teori yang membahas tentang penggunaan Instagram sebagai pemasaran digital pada

objek penelitian KUMIZE ADVENTURE sebagai efektivitas penggunaan media sosial Instagram sebagai strategi pemasaran upaya menarik minat pelanggan.

3.1.2 Pengumpulan Data dan Informasi

Pada pengumpulan data penelitian ini melibatkan survei, wawancara dengan pemilik usaha guna mendapatkan wawasan tentang Strategi Pemasaran yang telah dilakukan, tantangan yang dihadapi serta harapan terhadap efektivitas penggunaan media sosial Instagram, kemudian melakukan observasi langsung terhadap pelanggan dengan konten yang di posting pada akun Instagram @kumize.adventure.

Setelah melakukan hal tersebut pengumpulan data yang diambil melalui platform Instagram seperti jumlah *Likess*, *Follower*, *Views* serta tingkat keterlibatan terhadap konten tersebut.

3.1.3 Analisis Pembahasan

Pada tahapan ini, perbaikan yang dapat dilakukan pada jumlah konten, dan posisi konten Instagram, pembuatan dan penyebaran *Google formulir* untuk pelanggan dengan jumlah 30 responden guna mengetahui hal hal apa yang menarik perhatian pelanggan dan penyebaran formulir Google Formulir untuk sikap kepuasan konten Instagram untuk menguji konten yang telah dibuat. Selanjutnya, konten yang telah dibuat menjadi konten yang lebih sesuai dengan preferensi pengguna.

3.1.4 Evaluasi Hasil

Pada tahapan ini nantinya akan membahas strategi pemasaran Media Sosial berhasil diterapkan.

3.1.5 Kesimpulan dan Saran

Pemanfaatan Instagram menjadi bukti paling efektif dalam meningkatkan eksposur dan keterlibatan pelanggan usaha pada rental @kumize.adventure, dengan menyusun konten yang kreatif dan bermanfaat membuat pelanggan tertarik dan dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan terhadap usaha KUMIZE ADVENTURE.

Saran pada tahapan ini terus kembangkan konten yang menginspirasi, edukasi dan relevan dengan minat serta kebutuhan konsumen.

3.2 Rancangan Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian *action research*. Penelitian tindakan atau *action research* merupakan pendekatan yang ditandai dengan *systematic inquiry* yang memiliki ciri yaitu berupa pembuatan, pengamatan, serta penyajian strategi pemasaran KUMIZE ADVENTURE. Jenis penelitian ini termasuk kedalam tindakan proaktif dimana jenis penelitian bersifat pengumpulan dan analisis datanya dilakukan sebelum diberikan tindakan, Penelitian ini membuat konten dengan menyesuaikan pengguna untuk meningkatkan daya tarik dan keefektivitas serta membuat konten baru yang relevan dengan kebutuhan pelanggan.

3.2.2 Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. penelitian ini berfokus pada hubungan data yang dikumpulkan dan fenomena yang diamati secara detail dan *komprensif* dengan cara Wawancara mendalam hingga penyebaran Kuesioner. Ini melibatkan pencatatan secara cermat tentang jenis postingan, respon pengguna, interaksi yang terjadi.

3.2.3 Metode Pengumpulan Data

Tahapan metode pengumpulan data ini melibatkan beberapa teknik untuk memastikan data yang diperoleh akurat dan representative.

Pada tahapan ini melibatkan dua teknik pengumpulan data yaitu

A. Wawancara

Wawancara Merupakan metode pengumpulan Informasi yang dilakukan dengan bertanya jawab secara langsung dan menghadap. Pada tahapan wawancara ini akan dilakukan secara langsung oleh pemilik usaha rental KUMIZE ADVENTURE yang nantinya akan berlangsung di tempat

kediaman. wawancara ini berlangsung pada saat Analisis kebutuhan atau pengujian. wawancara ini akan membahas seberapa penting Media Sosial sebagai efektivitas dalam menarik pelanggan, seberapa pentingnya media sosial Instagram dalam ajang promosi, dan lain-lain.

B. Kuesioner

Pada tahapan Kuesioner ini memilih Kuesioner terbuka dimana Responden memiliki kebebasan untuk memberikan jawaban tanpa dibatasi, penulis membutuhkan 30 responden sebagai pelanggan yang menilai hal - hal yang menarik perhatian pelanggan lain, dan Responden untuk menguji konten yang telah dibuat. Selanjutnya, konten yang telah dibuat menjadi konten yang lebih sesuai dengan preferensi pengguna.

3.2.4 Metode Pengujian

Pada metode pengujian ini menggunakan metode pengujian UAT (*user acceptance testing*) merupakan pengujian langsung interaksi antara pengguna akhir dan sistem untuk memastikan bahwa fitur-fitur berfungsi sesuai dengan kebutuhan pengguna. UAT merupakan fase terakhir dalam proses pengujian, dilakukan setelah tahap pengembangan selesai. UAT menjadi bagian dari rangkaian pengujian akhir sebelum diluncurkan.

Pada penelitian ini penulis ingin meningkatkan keterlibatan pelanggan serta Memahami proses penerapan strategi pemasaran digital pada usaha rental KUMIZE ADVENTURE dengan media sosial Instagram, dengan melakukan pembuatan konten yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan kriteria menilai keberhasilan strategi pemasaran ini dapat dilihat dari jumlah likes, viewers dan tingkat interaksi pelanggan, hasil tersebut di dapat dari pelanggan KUMIZE ADVENTURE. Berikut tahapan pelaksanaan pengujian menggunakan metode UAT, pengujian ini dilakukan kepada beberapa pelanggan KUMIZE ADVENTURE

Tabel 3.2. 1 Tabel hasil pngujian UAT

No.	Peneliti	Narasumber
-----	----------	------------

Setelah melakukan perbaikan, apakah konten yang disajikan menurut anda sudah relevan dan sesuai terhadap kebutuhan pelanggan?	Setelah dilihat dari 30 responden, mereka mengatakan bahwa konten setelah perbaikan sudah cukup bagus dan sesuai dengan kebutuhan mereka, sudah mengedukasi dan memberikan gambaran barang sewa rental dan wawasan tentang alam
Dari konten yang sudah diupload, konten apa yang paling anda senangi untuk disajikan	Semua yang mereka lihat menyukainya, tetapi yang paling diminati reels edukasi dan postingan mengenai konten konten pendakian dan barang sewaan
Apakah anda merasakan konten yang disajikan memberikan nilai tambah atau manfaat mengenai pendakian dan apakah sudah menemukan kesan yang ingin kami sampaikan?	Pelanggan merasa konten yang disajikan sudah memberikan nilai tambahan dan mafaat pendakian, konten yang disajikan sangat mengedukasi dan memberikan wadah untuk para pendaki yang ingin menyewa alat outdoor, selain itu juga pelanggan menangkap kesan bahwa konten tersebut memang ingin mempromosikan pendakian sebagai aktivitas yang tidak hanya menyenangkan tetapi terencana dan barang2 yang disewakan dalam kondisi aman.
Apakah anda memiliki preferensi atau harapan terkait jenis konten yang ingin disajikan pada akun @kumize.adventuredepok ?	Dari 30 responden, mereka ingin disajikan konten konten yang mengedekasi, tips mendakian, camping ground, open trip, bahkan barang barang sewaan yang selalu update disetiao minggunya.

3.2.5 Lingkungan Pengembangan

Penelitian ini dilakukan di Toko KUMIZ yang beralamat di KP PITARA

RAYA jln Swadaya Kec. Pancoran Mas, Kota Depok

Alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Laptop Asus
 - Tipe Prosesor : AMD A8
 - Ram 04.00 GB
 - Sistem Operasi : Windows 10

- Software yang digunakan
- Draw.io
- Microsoft word



STT - NF

BAB IV

IMPLEMENTASI DAN EVALUASI

Pada tahapan ini, terdapat berbagai langkah yang dapat dilakukan untuk menerapkan strategi pemasaran, tahapan ini melibatkan pelaksanaan secara praktis dari strategi yang telah disusun, dengan memberikan hasil dari analisis pengguna dan kebutuhan konten pengguna.

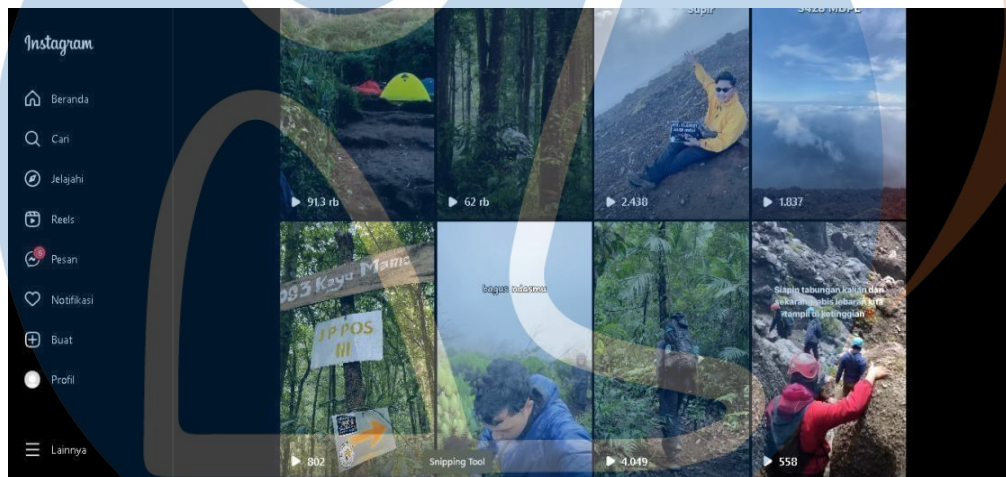
4.1 Hasil Pustaka

Dari hasil studi literatur, dikembangkan strategi pemasaran untuk KUMIZE ADVENTURE menggunakan media sosial, dikembangkan memberikan wawasan mendalam tentang pelanggan dan kebutuhan digital mereka dalam materi digital di platform Instagram. Strategi yang disiapkan mencakup beberapa aspek penting yaitu pengelolaan konten, interaksi dengan pengikut dan penggunaan fitur-fitur yang disediakan Instagram seperti sebagai *story*, *reels*, dan postingan *feeds* Instagram guna mendapatkan wawasan mengenai pengalaman dan bahkan pengetahuan tentang produk yang ditawarkan.

4.2 Pengumpulan Data dengan Wawancara

Setelah melakukan wawancara yang dilakukan oleh penulis pada tanggal 17 mei 2024, hasil dari wawancara secara langsung yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa alasan pertama KUMIZE ADVENTURE memilih Instagram sebagai *platform* utama pemasaran karena Instagram sangat visual dan cocok untuk menampilkan foto yang menarik atau kegiatan outdoor dan peralatan kami, dan juga banyak *audient* yang aktif di Instagram. Dengan perencanaan tujuan utamaa strategi pemasatan nya yaitu jenis konten yang diposting setiap minggu nya, untuk hal perencanaan strategi seperti ini hanya admin yang terlibat, KUMIZE ADVENTURE mempunyai 2 admin yang memang mengurus hal hal pemasaran yang pasti nya sudah termasuk pembuatan konten. Untuk konten yang paling sering di posting itu video *reels* dari kegiatan *outdoor* yang melibatkan barang-barang rental KUMIZE ADVENTURE.

Konten yang dapat diposting tidak menggunakan tema hanya saja mengikuti alur yang memang sedang *trend* pada masanya dikalangan pendakian yang tentunya untuk mendukung dan menginspirasi, postingan yang dapat diposting juga belum terjadwalkan dikarenakan memang masih belum konsisten dalam pembuatan konten, selain itu, KUMIZE ADVENTURE juga selalu dipenuhi pelanggan yang booking dan pengembalian barang sewaan, karna harus membersihkan dan merawat barang sewaan agar pelanggan atau calon pelanggan nantinya merasa nyaman dan tidak menyesal sudah menyewa alat di rental KUMIZE ADVENTURE.

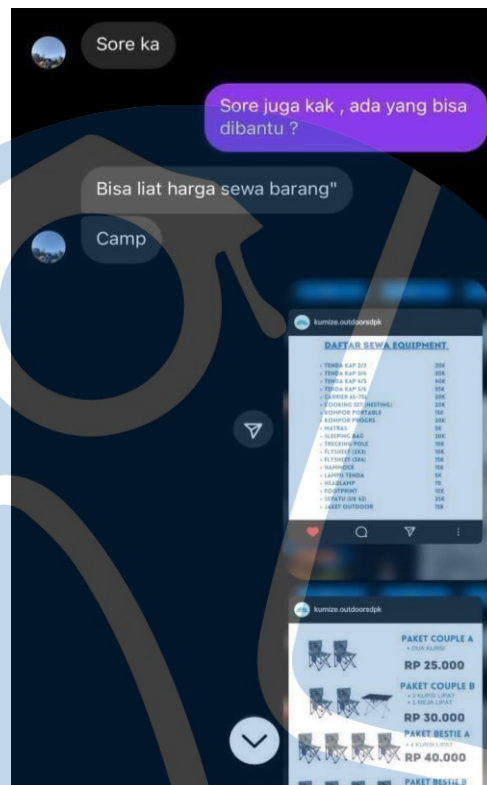


Gambar 4.2. 1 Tampilan profile KUMIZE ADVENTURE

Perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan KUMIZE ADVENTURE terdiri dari pembuatan konten yang menarik pelanggan untuk meningkatkan *brand awareness* dan pastinya untuk meningkatkan *feeds* pada publikasi Instagram agar menarik minat pelanggan. KUMIZE ADVENTURE melakukan perencanaan pemasaran digital atas konten yang akan dipublikasi di *feeds* Instagram.

Instagram memiliki fitur fitur yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana kegiatan pemasaran, fitur tersebut berupa postingan *feeds*, Instagram *story* dan video *reels*. KUMIZE ADVENTURE selalu memposting video *reels* dan *story* sebagai konten yang menjadi strategi pada akun @kumize.adventuredpk. Pemilik KUMIZE

ADVENTURE berkata bahwa Interaksi antara admin dengan pelanggan sering melalui DM Instagram dan komentar pada postingan yang kami unggah,



Gambar 4.2. 2 Penyewaan melalui DM

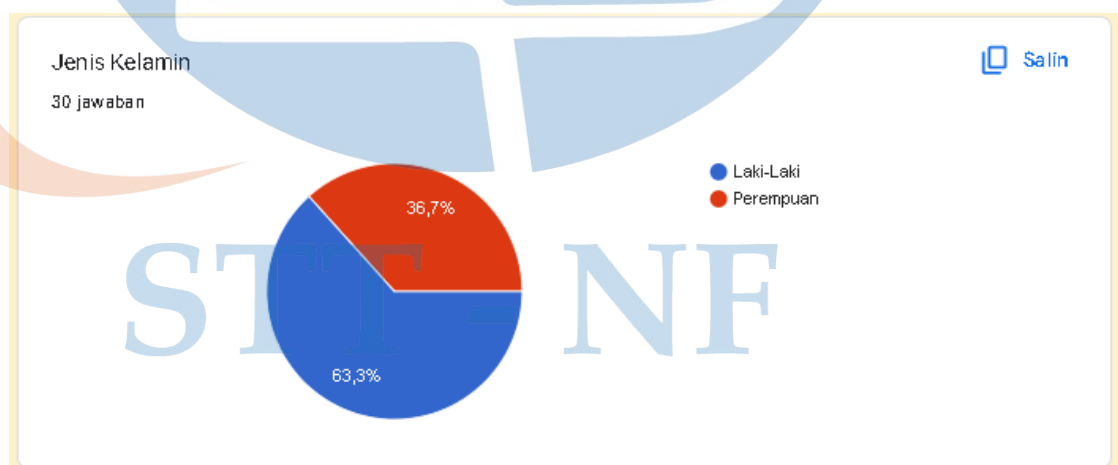
Namun dikarenakan terlalu sering menggunggah video *reels* tentang keseruan pendakian, pelanggan kurang berinteraksi untuk menanyakan barang-barang sewa yang tersedia. Mereka hanya memberikan komentar mengenai keseruan video, seperti menandai teman-teman mereka dan menjadikan destinasi pendakian berikutnya. Tidak ada dari mereka yang menanyakan ketersediaan barang sewa yang tersedia. Oleh karena itu, interaksi penjualan lebih sering terjadi melalui pesan langsung DM Instagram dan WhatsApp.

Menurut KUMIZE ADVENTURE, pelanggan saat ini perlu strategi pemasaran yang mengenalkan produknya lebih signifikan karena memposting video *reels* hanya saja menaikan *traffic viewers* dan menjadi pelanggan gelap pengetahuan terhadap *product knowledge* yang mereka pasarkan. Saat ini konten

yang dapat posting hanya saja video *reels* yang dapat sajikan untuk *followers* KUMIZE ADVENTURE. dengan strategi pemasaran yang KUMIZE ADVENTURE lakukan hanya postingan yang pada video *reels* saja dan belum konsisten terhadap konten yang disajikan, maka dari itu penulis ingin kembali untuk mengoptimalkan dalam memanfaatkan fitur *feeds* sebagai wadah pemasaran serta komunikasi antar konsumen dengan memperkenalkan *product knowledge* kepada konsumen dengan memposting barang barang sewa melalui *feeds* pada akun @kumize.adventuredpk

4.3 Analisis dan Pembahasan

Setelah melakukan penyebaran *kuesioner* terbuka bertujuan untuk mengambil data untuk penelitian ini, penyebaran *kuesioner* dilakukan oleh pelanggan KUMIZE ADVENTURE satu tahun belakangan ini yang memang sudah pernah bahkan sering melakukan penyewaan alat outdoor pada KUMIZE ADVENTURE. hasil dari *survey* penyebaran *kuesioner* ini cenderung di usia 20 tahun keatas dan lebih dominan di usia 22 tahun. dari 30 responden persentase penyewa lebih banyak laki-laki daripada perempuan.

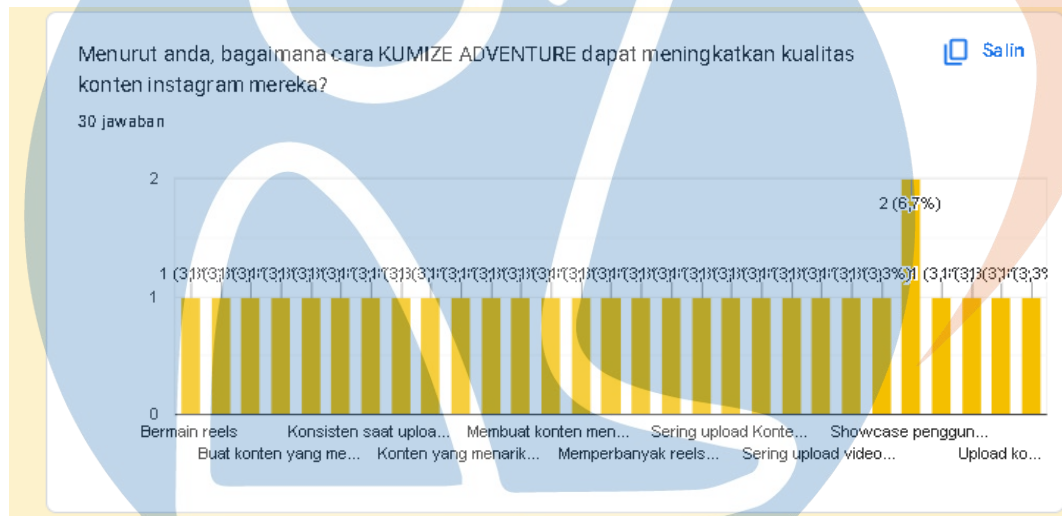


Gambar 4.4. 1 Tampilan tabel jenis kelamin

Dapat dikatakan bahwa pelanggan lebih mengenal KUMIZE ADVENTURE dari teman ke teman, dan pelanggan menanggapi konten yang dibagikan sudah sangat

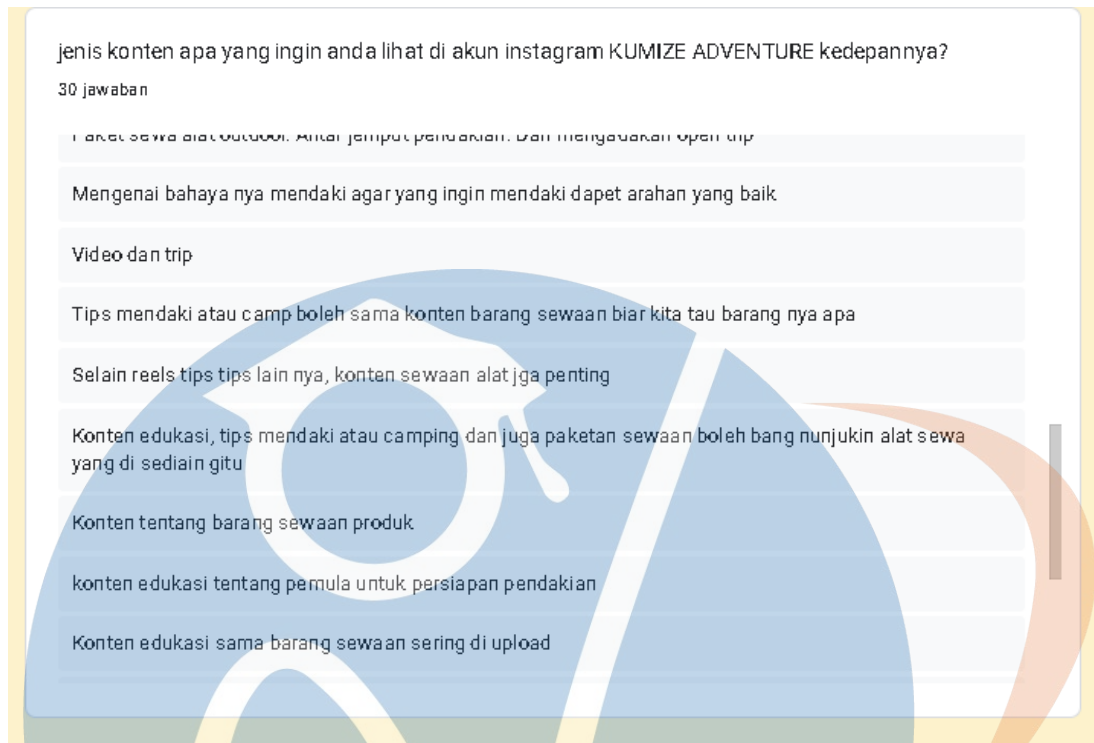
diterima baik oleh pelanggan dengan jenis konten yang paling disukai yaitu konten *reels*, postingan Instagram, edukasi dan video pendakian lainnya.

Untuk meningkatkan kualitas konten KUMIZE ADVENTURE, pelanggan ingin disajikan konten edukasi, konten menarik, konten pendakian maupun camping ground dan melihatkan alat-alat yang digunakan dalam bisnis ini. *Upload story*, bagikan kegiatan penyewa agar dapat berinteraksi dengan pelanggan, selalu ajak *followers* untuk berinteraksi dengan cara membuat polling atau pertanyaan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan sewa alat-alat, pendakian atau camping ground.



Gambar 4.4. 2 Hasil survei kualitas konten

Dari 30 responden yang penulis dapat disimpulkan yaitu pelanggan ingin menikmati paket sewa yang lebih murah dari pada harus menyewa dengan alat-alat lainnya dengan terpisah, dan ingin mendapatkan diskon atau potongan harga di setiap *event-event* atau tanggal menarik untuk melakukan kegiatan *outdoor*. Selain konten edukasi, konten pendakian, pelanggan juga membutuhkan konten yang melihatkan konten barang sewaan tidak hanya *list price* saja, namun pelanggan membutuhkan konten yang memperlihatkan *product knowledge* yang ditawarkan atau disewakan oleh KUMIZE ADVENTURE.



Gambar 4.4. 3 Tampilan hasil survey jenis konten

4.4 Implementasi Pemasaran Digital Melalui Instagram

Proses pembuatan desain konten Instagram @kumize.aventuredepok, penulis menggunakan aplikasi canva untuk konten yang penulis buat sesuai dengan kebutuhan akun @kumize.adventuredepok.

STT - NF



Gambar 4.3 1 Tampilan konten produk sewa

Isi dari konten barang sewa pada gambar 4.3.1 adalah isi barang sewaan rentalan beserta *price list* bertujuan agar pelanggan mengetahui harga dan spesifikasi barang



Gambar 4.3 2 Tampilan konten produk barang jual

Isi dari konten pada gambar 4.3.1 bertujuan untuk memberitahu bahwa kita menjual refill gas yang murah tanpa harus membeli baru



Gambar 4.3 3 Tampilan konten alat sewa

Isi konten alat sewa pada gambar 4.3.3 adalah barang sewaan dengan paket yang artinya booking satu paket include lima item yang membuat pelanggan membayar lebih murah dibanding dengan menyewa satuan alat.



Gambar 4.3.4 Tampilan konten jasa open trip

Selain konten tentang produk dan *reels* lainnya, konten jasa *open trip* ini mungkin yang sering banyak orang cari dan memang kebetulan sekali @kumize.adventure ingin mengadakan *open trip* bulan akan mendatang.

4.5 Evaluasi Hasil

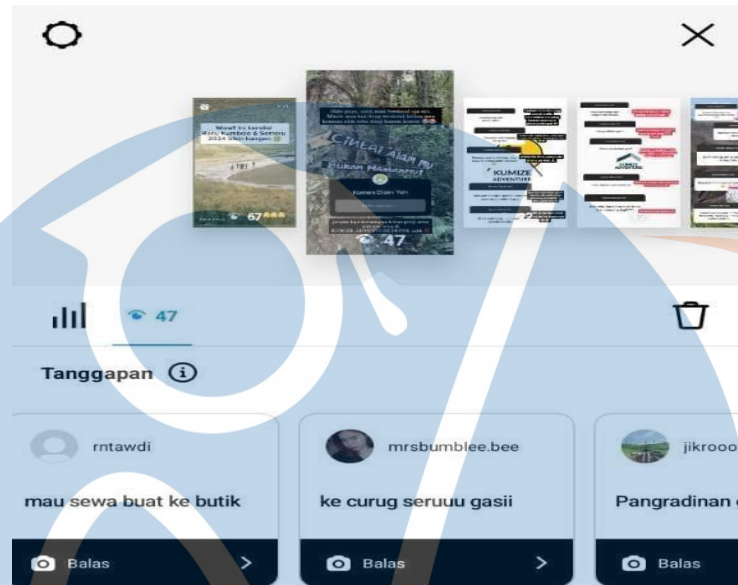
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, *branding* yang konsisten di Instagram membantu dalam membangun kesadaran merek, tingkat keterlibatan tinggi adanya interaksi yang aktif dengan pelanggan, dan strategi peningkatan jumlah *viewers* dan *following* berhasil melalui kampanye dengan konten yang efektif. KUMIZE ADVENTURE melakukan interaksi dengan pelanggan tidak hanya dengan komentar komentar pada postingan saja, tetapi juga melalui kolom tanya jawab pada story Instagram seperti gambar di bawah.



Gambar 4.4. 4 Tampilan Sotry pendekatan pelanggan

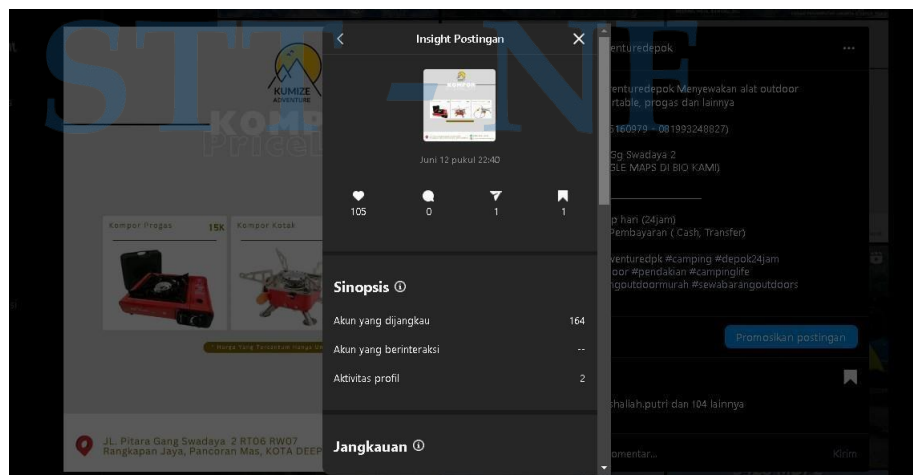
Dapat terlihat bahwa pelanggan memang aktif dan antusias terhadap setiap konten yang disajikan oleh KUMIZE ADVENTURE, beberapa pelanggan mengisi kotak Tanya jawab yang disediakan. Selain itu, KUMIZE ADVENTURE menerapkan konten interaksi dengan pelanggan untuk mengetahui apa yang mereka butuhkan dan apa yang dapat menjadi objek konten dimasa mendatang. Dengan cara ini,

KUMIZE ADVENTURE dapat memahami kebutuhan pelanggan. Salah satunya salah interaksi terkait penyewaan alat, seperti gambar di bawah ini.



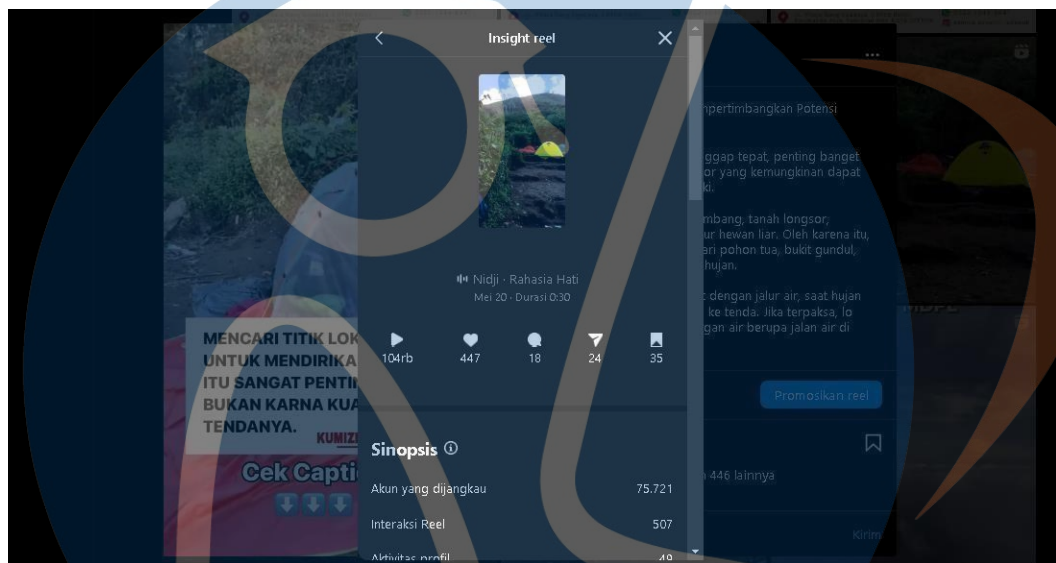
Gambar 4.4. 5 Tampilan jawaban story pertanyaan2 pendekatan pelanggan

Penggunaan fitur Instagram seperti postingan *feeds* dan *reels* terbukti efektif dalam memperluas jangkauan konten serta meningkatkan *traffic* dan konversi dari Instagram, menunjukkan keberhasilan strategi pemasaran digital yang diterapkan. dengan menganalisis profil dan konten Instagram KUMIZE ADVENTURE, hal ini mencangkup konsisten *branding*, kualitas konten dan teks serta frekuensi postingan.



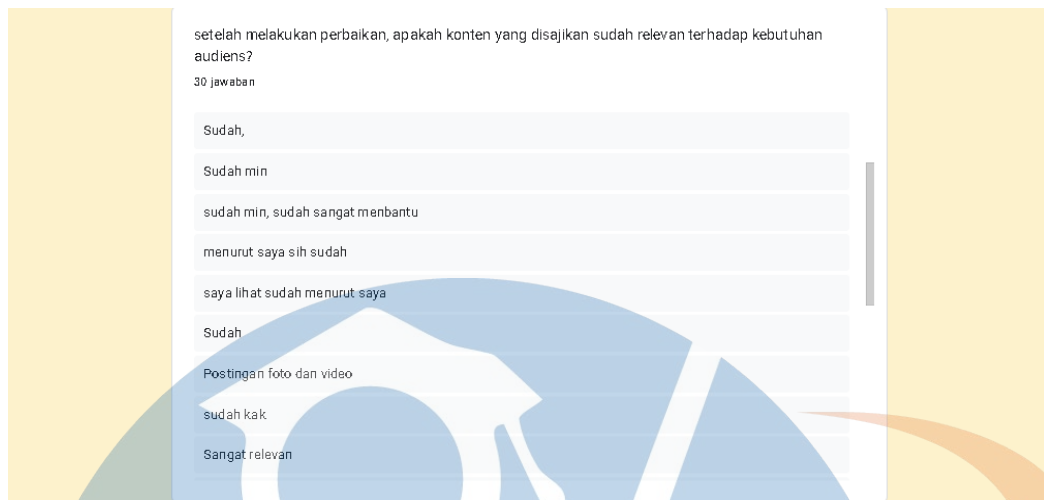
Gambar 4.4. 6 Tampilan analisis viewers dan like postingan foto

Penulis mengevaluasi tingkat keterlibatan pelanggan melalui jumlah *likes*, *comment*, *share*, dan *save* pada setiap postingan. Selain itu, penulis juga memeriksa pertumbuhan jumlah pengikut untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam mengenai efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana konten diterima dan berinteraksi dengan pelanggan.



Gambar 4.4. 7 Tampilan analisis viewers dan like postingan reels

Setelah perbaikan, 30 responden menyatakan menyukai reels dan postingan foto pada feeds karena ulasan tersebut memungkinkan mereka untuk mengetahui nama barang dan tips-tips yang disiapkan oleh KUMIZE ADVENTURE. Responden merasa bahwa konten yang disajikan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga informatif, memberikan wawasan yang berguna tentang perlengkapan pendakian dan panduan praktis yang dapat membantu dalam persiapan pendakian mereka.



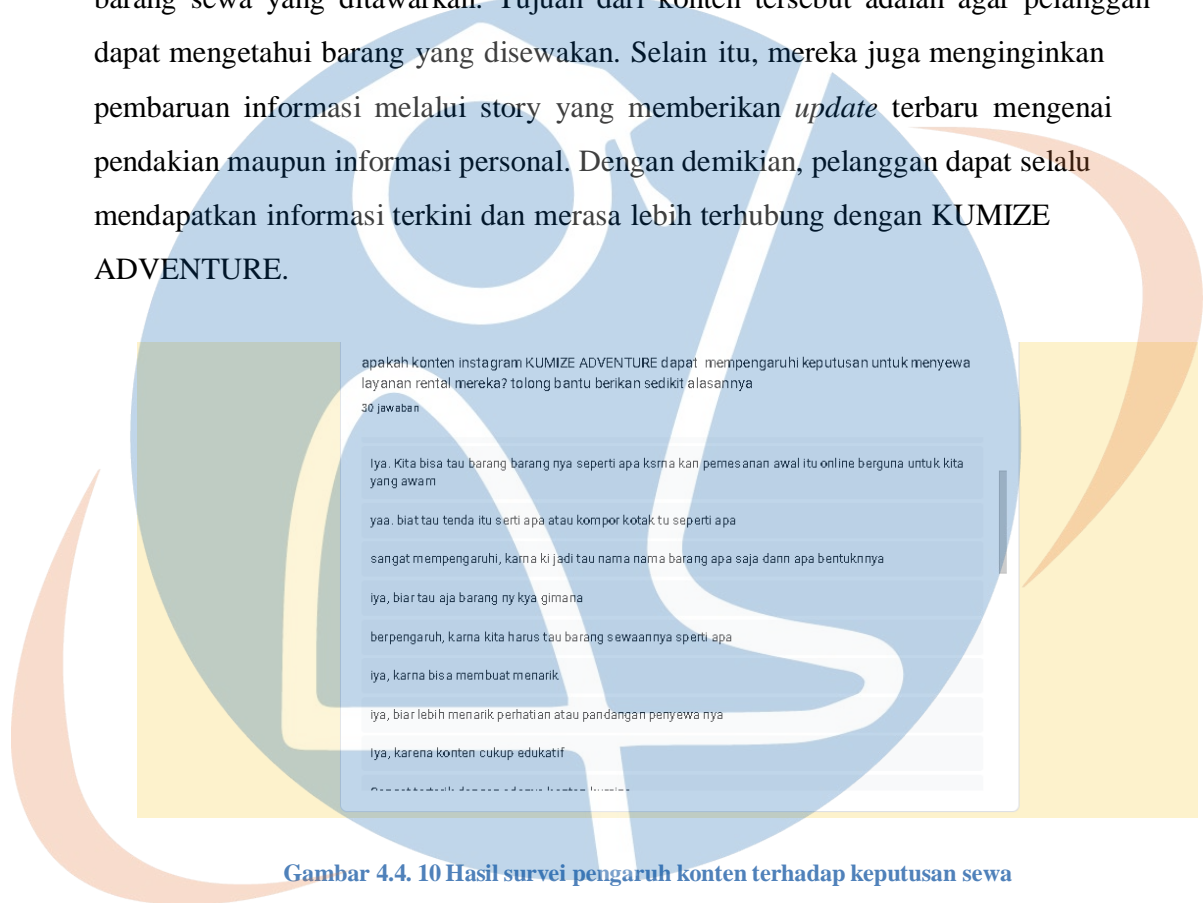
Gambar 4.4. 8 Hasil survei perbaikan konten

Dari banyaknya 30 responden, konten yang disajikan melalui postingan Instagram sangat berpengaruh terhadap ketertarikan pelanggan dalam mengambil keputusan untuk menyewa barang rental. Hal ini dikarenakan pelanggan perlu memastikan bahwa akun tersebut aktif, barang-barang yang disewakan sesuai dengan kebutuhan mereka, serta memeriksa kualitas dan kelayakan barang sewa. Dengan demikian, konten informatif dan konsisten tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan oleh KUMIZE ADVENTURE.



Gambar 4.4. 9 Hasil survei jenis konten

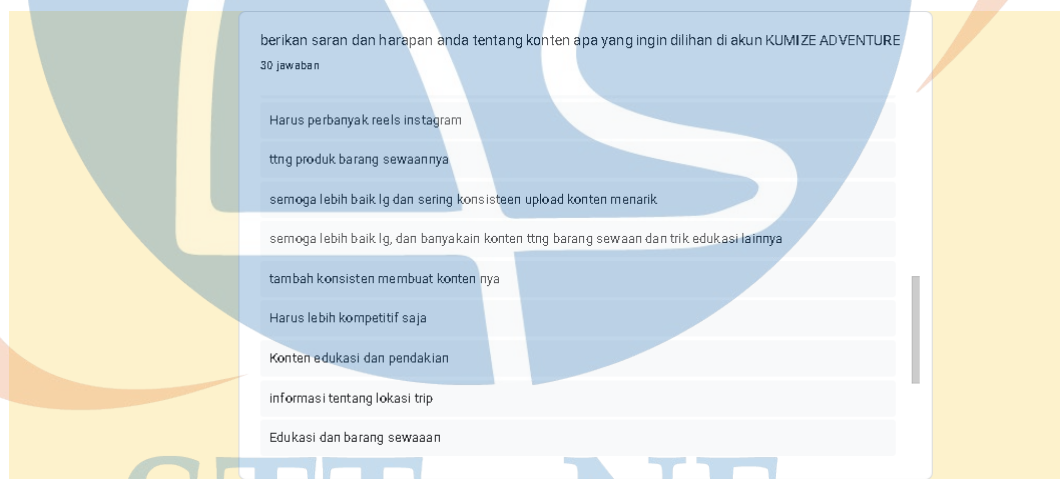
Sebanyak 30 responden KUMIZE ADVENTURE menyatakan bahwa mereka menyukai akun @kumize.adventure menjadi lebih aktif dalam membuat konten. Mereka juga menginginkan frekuensi unggahan video lebih diperbanyak dan dikonsistenkan. Konten yang diinginkan oleh responden lebih berfokus pada *reels* yang menampilkan video perjalanan, pendakian, edukasi serta postingan foto barang sewa yang ditawarkan. Tujuan dari konten tersebut adalah agar pelanggan dapat mengetahui barang yang disewakan. Selain itu, mereka juga menginginkan pembaruan informasi melalui story yang memberikan *update* terbaru mengenai pendakian maupun informasi personal. Dengan demikian, pelanggan dapat selalu mendapatkan informasi terkini dan merasa lebih terhubung dengan KUMIZE ADVENTURE.



Gambar 4.4. 10 Hasil survei pengaruh konten terhadap keputusan sewa

STT - NF

Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner, penulis membuat konten yang sesuai dengan keinginan pelanggan dengan fokus pada postingan *feeds*, *story*, *reels* dan konsistensi dalam menampilkan barang-barang sewaan KUMIZE ADVENTURE, kesesuaian konten dievaluasi berdasarkan relevansi dan respon pelanggan terhadap postingan tersebut, termasuk jumlah *like*, pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan konsumen, diperoleh dari survey dan analisis *tren*, digunakan untuk membuat konten yang relevan dan menarik. Fokus pada postingan *reels* dan postingan *feeds* yang menampilkan barang sewaan serta konten edukasi menarik lainnya terbukti meningkatkan keterlibatan *audiens* secara signifikan. Dengan pendekatan ini, KUMIZE ADVENTURE dapat memastikan bahwa konten yang disajikan tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.



Gambar 4.4. 11 Hasil survei saran dan harapan pelanggan terhadap KUMIZE ADVENTURE

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Secara keseluruhan, sesuai dengan hasil implementasi dan evaluasi hasil yang telah dilakukan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Penelitian ini berhasil mengevaluasi penerapan strategi pemasaran digital pada usaha rental KUMIZE ADVENTURE melalui media sosial Instagram dilakukan dengan membuat konten yang menarik pelanggan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran merek dan publikasi pada postingan *feeds* Instagram agar dapat menarik minat pelanggan. selain itu membuat konten dengan paket sewa yang lebih murah karena banyak pelanggan yang ingin menikmati paket paket murah, mengadakan promo di bulan bulan pendakian, selain meningkatkan penjualan juga meningkatkan *traffic branding* KUMIZE ADVENTURE.
2. Hasil penerapann strategi pemasaran digital pada usaha rental KUMIZE ADVENTURE melalui media sosial Instagram telah dievaluasi melalui wawancara dan penyebaran kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui minat pelanggan, kebutuhan mereka, serta konten yang dapat menarik perhatian mereka untuk melihat profile KUMIZE ADVENTURE. Evaluasi ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih menyukai postingan yang berkaitan dengan pendakian, perjalanan, tips pendakian, lokasi berkemah, edukasi seperti cara memasak nasi atau memasang tenda dan barang-barang outdoor lainnya. Konten tersebut harus memperlihatkan barang-barang rental yang disewakan untuk memastikan pelanggan bahwa barang-barang tersebut masih berkualitas dan layak unntuk disewa. Pelanggan juga ingin melihat video *reels* tentang pendakian dan tempat berkemah yang menarik, serta Instagram *story* yang aktif untuk memastikan bahwa akun tersebut selalu aktif.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut adalah beberapa saran pada penelitian ini yang dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut.

1. Penerapan strategi pemasaran dapat dilakukan dengan lebih konsisten dan menyajikan konten yang relevan dengan *audiens*. Konsisten dalam penerapan strategi ini akan membantu membangun kepercayaan dan kesetiaan pelanggan, serta memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan selalu diterima dengan baik oleh *audiens* yang dituju.
2. Frekuensi dan kualitas interaksi dengan pengikut dapat ditingkatkan dengan selalu berinteraksi dengan audiens. Hal ini dapat dilakukan melalui tanggapan yang cepat dan tepat terhadap komentar, pesan dan pertanyaan yang diajukan oleh pengikut, selain itu menyelenggarakan sesi Tanya jawab, servei dan konten interaktif lainnya dapat membantu memahami kebutuhan dan preferensi *audiens*, sehingga dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dan bermakna dengan *audiens*.
3. Membuat konten sesuai dengan jenis kelamin pelanggan KUMIZE ADVENTURE ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Membuat konten dengan paket sewa yang lebih murah karena banyak pelanggan yang ingin menikmati paket paket murah, mengadakan promo di bulan bulan pendakian, selain meningkatkan penjualan juga meningkatkan *traffic branding* KUMIZE ADVENTURE.

STT - NF

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sukoco, Sampir Andrian, and Moh Rizal Hidayatullah. "Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Strategi Pemasaran (Studi kasus pada akun *rrOutdoorsgear_official*)." *Maj. Ilm. Dian Ilmu* 20.1 (2021): 20.
- [2] Yuliana, Oviliani. "Penggunaan Teknologi internet dalam Bisnis." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 2.1 (2000): 36-52.
- [3] Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan SosioTeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- [4] Agus Herwandi, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta : Erlangga, 2012), 33.
- [5] Tjiptono, Fandy. "Strategi Pemasaran." (1995).
- [6] Rochmawati, Dwi Robiul, Hani Hatimatunnisani, and Mira Veranita. "Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital." *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 14.1 (2023): 101-108.
- [7] Pratiwi, Ria Ayu. *Dampak Strategi Pemasaran Bisnis Kedai Kopi Dalam Meningkatkan Minat Beli Menggunakan Media Sosial Instagram (Studi Kasus Upstairs Coffee, Sunter, Jakarta Utara)*. Diss. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2021
- [8] Samuel, Hatane, and Kelvin Yohanes Setiawan. "Promosi melalui sosial media, *brand awareness*, purchase intention pada produk sepatu olahraga." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1.1 (2018): 47-52.
- [9] Miles, Matthew B., and A. Michael Huberman. *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage, 1994
- [10] Megadini, Risma, and Meirina Lani Anggapuspa. "Perancangan feed Instagram sebagai media promosi tape ketan surabaya." *Barik* 3.1 (2021): 69-81.
- [11] Widyaningrum, Premi Wahyu. "Peran media sosial sebagai strategi pemasaran pada sewa kostum Meiyu Aiko Malang." *Al Tijarah* 2.2 (2016): 230-257.
- [12] Wiguna, I. Komang Arya Ganda, et al. "Pemanfaatan Media Sosial untuk Memaksimalkan Pemasaran Usaha Rias dan Sewa Busana SM Studio Bali." *Journal of Social Work and Empowerment* 1.1 (2021): 37-48.

- [13] Sukoco, Sampir Andrian, and Moh Rizal Hidayatullah. "Penggunaan media sosial instagram sebagai strategi pemasaran (Studi kasus pada akun rroudoorgear_official)." *Maj. Ilm. Dian Ilmu* 20.1 (2021): 20.



STT - NF

LAMPIRAN

A. Dokumentasi



B. Transkrip wawancara owner

Peneliti :Assalamualaikum, sebelumnya perkenalkan pak saya shaliah putri ramadhani mahasiswa Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri, semester 8 yang saat ini mengambil bisnis bapak sebagai bahan penelitian tugas akhir saya. Tujuan saya disini yaitu untuk mewawancarai bapak atau menanyakan sedikit seputar bisnis yang bapak dirikan ini, apakah bapak bersedia?

Narasumber :waalaikumsalam, ya mbak saya siap dan bersedia

Peneliti : Bisakah anda ceritakan sedikit sedikit tentang berdirinya KUMIZE ADVENTURE?

Narasumber :Tentu boleh mbak, awal mula berdirinya KUMIZE ADVENTURE itu karena dari hobi saya, saya suka mendaki, saya suka pemandangan alam lah intinya seperti itu, Pda sewaktu waktu saya merasa bahwa saya Cuma memakai beberapa kali barang yang saya pakai mendaki itu beberapa kali dalam sebulan, dari pada saya di amkan dan

harus dirawat pastinya saya mempunyai pikiran untuk disewakan saja, itu awal awalnya nah, KUMIZE ADVENTURE didirikan pada tahun 2018 dengan tujuan menyediakan layanan rental peralatan petualangan berkualitas. Kami ingin mendukung para penggemar kegiatan outdoor dengan menyediakan peralatan yang aman dan terpercaya. Awal mula nya memang belum banyak yang tahu dan saya menggunakan Instagram sebagai pemasaran bisnis saya, yang awal nya kerabat dekat, dengan konten dan barang yang seadanya yang artinya masih bisnis skala kecil ya mbak, dengan berjalan nya waktu masih belum mengoptimalkan media sosial untuk wadah bisnis saya, sambil saya tambah barang barang yang memang ternyata itu sering ditanyakan ketersediaannya pada pelanggan. Dengan berjalannya waktu saya dan tim menambah barang rentalan, kemudian focus ke took yang memang saya juga membuka took offline kecil kecilan di daerah pitara depok sana dan saya juga mengoptimalkan sosial media Instagram sebagai wadah strategi pemasaran saya tapi memang belum dikatakan maksimal mbak sampai saat ini

Peneliti :Apa saja layanan utama yang ditawarkan oleh KUMIZE ADVENTURE?

Narasumber :Ya tentunya kalau baru baru itu saya Cuma menawarkan sewa alat saja mbak, karna kan memang bisnis ini itu dulunya sebagai bisnis sampingan saya, tetapi untuk saat ini saya sudah ada layanan seperti open trip atau jasa antar jemput pendakian

Peneliti :Apa yang menjadi alasan utama KUMIZE ADVENTURE memilih Instagram sebagai platform utama untuk pemasaran digital?

Narasumber :saya memilih Instagram sebagai platform pemasaran bisnis saya itu karena Instagram itu sangat visual dan cocok untuk menampilkan foto-foto menarik dari kegiatan outdoor dan pemasaran alat sewa kami mbak, selain itu banyak target *audiens* kami yang aktif di Instagram

Peneliti :Bagaimana proses perencanaan strategi pemasaran digital di KUMIZE ADVENTURE?

Narasumber :Pemasaran bisnis kami itu dengan menentukan tujuan utama ya tentunya, yang pastinya itu dengan meningkatkan *brand awareness* (kesadaran merek) agar dapat dikenal khalayak banyak orang, dan juga karena kan masih dibidang cukup sedikit untuk postingan tentang penyewaan barang rental ini jadi kamu mau membuat kalender konten dan menentukan jenis konten yang akan di post di setiap minggunya.

Peneliti :Siapa saja yang terlibat dalam penyusunan dan pelaksanaan strategi pemasaran digital ini?

Narasumber :Saya sudah ada tim mbak, ada 2 tim dulu sih ada 3 tim ya 1 penjaga took offline nya dan skrng sis 2 yaitu saya dan content creator,

Peneliti :pa jenis konten yang paling sering diposting di Instagram KUMIZE ADVENTURE?

Narasumber :yang sering itu *story* dan *reels*, tpi yang tidak terlalu sering banget mbak, Karena kita juga harus punya bahan tersendiri untuk membuat konten. Konten kita itu lebih ke memposting foto dan video dari kegiatan outdoor yang melibatkan produk kami, merepost postingan pelanggan yang menyewa alat di kami dan membuat trik edukasi.

Peneliti :Bagaimana Anda menentukan tema dan format konten yang akan diposting?

Narasumber :Yang pastinya saya melakukan riset tentang tren terbaru di Instagram mbak, dan membuat konten edukasi dan inspirasi

Peneliti :Seberapa sering Anda memposting konten baru di Instagram?

Narasumber :Kalau dibilang sering masih belum sering juga mbak, karena balik lagi td yang saya katakan bahwa kita juga memakai bahan sendiri untuk membuat konten yang bertujuan agar pelanggan tetap tertarik

Peneliti :Apa saja tantangan utama yang dihadapi KUMIZE ADVENTURE dalam menerapkan strategi pemasaran digital di Instagram?

Narasumber :Tantangan utama dalam bersosial media itu paling tentang konsisten mbak, kami harus konsisten dalam membuat konten yang menarik dan relevan serta bersaing dengan banyaknya konten serupa dari competitor, apalagi sekarang kan udah banyak banget tuh alat sewa pendakian mbak

Peneliti :Bagaimana Anda mengatasi tantangan tersebut?

Narasumber :Ya mbak, yang pastinya kami terus melakukan riset dan privasi dalam konten dan berfokus pada keunikan serta keberadaan kami

Peneliti :Menurut Anda, apa peluang terbesar yang bisa diambil dari penggunaan Instagram sebagai media pemasaran untuk usaha rental inl

Narasumber :Menggunakan Instagram sebagai strategi pemasaran ini tentunya dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas dan membangun komunikasi yang loyal

Penelitian :Apa yang telah Anda pelajari dari pengalaman menerapkan strategi pemasaran digital di Instagram?

Narasumber :Setelah lumayan lama saya terjun ke bisnis ini yang dapat kami pelajari itu konsisten dan keadilan sangat penting

dalam membangun kepercayaan dan engagement dengan pelanggan mbak

Peneliti :cukup dapat diapresiasi yah pak dalam berdirinya KUMIZE ADVENTURE ini, dengan bermodalkan hobi dan barang seadanya, dengan bertambah jumlah barang dengan berjalannya waktu sampai bisa bertumbuh hingga saat ini,

Narasumber :Alhamdulillah mbak, namun memang tetap harus konsisten dan dikembangkan lagi dalam strategi pemasarannya

Peneliti :Iyah betul pak, apalagi sekarang sudah sangat berkembang zamannya. okeh baik wawancaranya sudah cukup yah pak, mungkin segitu saja pertanyaan pertanyaan seputar penelitian saya pak, terimakasih atas ketersediaan waktu dan tempat nya,

Narasumber :Sama sama mbak Shalihah

C. Link wawancara

Link ; <https://drive.google.com/file/d/1cVSE->

[BIJna_nht3UljyabPTbkx0s6GaV/view?usp=drive link](https://drive.google.com/file/d/1cVSE-BIJna_nht3UljyabPTbkx0s6GaV/view?usp=drive_link)

STT - NF

D. Surat Persetujuan Publikasi

SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : MUHAMMAD RIDWANSYAH
JABARAN : PEMILIK RENTAL KUMIZE ADVENTURE
INSTITUSI : KUMIZE ADVENTURE

Bersama surat ini saya memberikan izin kepada Program Studi Sistem Informasi Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri untuk mempublikasi penelitian yang berjudul "**Penerapan Strategi Pemasaran Digital Pada Usaha Rental Kumize Adventure Dengan Media Sosial Instagram**" baik dalam penulisan tugas akhir / skripsi maupun bentuk publikasi online guna kepentingan akademik dan pendidikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian, surat pernyataan publikasi ini saya buat secara sadar dan dapat dipergunakan

Depok, 17 Juni 2024

KUMIZE ADVENTURE


KUMIZE ADVENTURE
MUHAMMAD RIDWANSYAH

Owner Kumize Adventure

STT - NF