

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan internet yang semakin pesat saat ini semakin memicu banyaknya penemuan – penemuan baru dibidang teknologi yang memanfaatkan internet. Kemampuan internet yang menjangkau seluruh dunia memudahkan para penggunanya untuk saling berinteraksi, salah satu aplikasi yang memanfaatkan internet sebagai media interaksi adalah media sosial.

Media Sosial memiliki kekuatan yang berguna untuk menyampaikan atau menyebarluaskan informasi secara cepat kepada publik. Pertumbuhan media sosial di Indonesia kini semakin bertambah pesat, media sosial tidak hanya digunakan untuk individu saja, melainkan digunakan untuk keperluan bisnis. Media sosial merupakan platform multimedia yang berfokus pada keberadaan pengguna yang membantu mereka berbisnis dan berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai media *online* (fasilitator) yang memperkuat hubungan antar pengguna dan ikatan sosial.

Saat ini banyak diciptakan aplikasi media sosial, yang salah satunya adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows *Phone* dimana pengguna dapat membidik, meng-*edit* dan mem-*posting* foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya.

Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa

kini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna instagram pada setiap tahunnya. Terhitung pada April 2017 lalu, Instagram mengumumkan bahwa pengguna aktif bulanannya telah mencapai kisaran 800 juta akun dan angka tersebut lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya[1].

Berdasarkan jumlah pengguna yang terus meningkat, Instagram dapat menjadi peluang besar bagi para pelaku bisnis dalam melakukan kegiatan promosi. Di Indonesia sendiri, industri maupun usaha bisnis terus berkembang pesat menggunakan instagram sebagai media dan aplikasi untuk melakukan usaha. Dengan begitu, semakin berkembangnya industri maupun usaha maka semakin pesat pula persaingan yang muncul untuk menjalankan bisnis di instagram.

Salah satu industri maupun usaha yang sering dikenal di Indonesia adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Berdasarkan data dari kemenkopukm.go.id , sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang paling terpuak oleh pandemi COVID-19. Wabah ini membuat *supply* dan *demand* serta rantai pasok terganggu, sehingga roda perekonomian di tataran UMKM tersendat. Maka dari itu, pelaku UMKM banyak yang memutar strategi agar usahanya bisa berjalan dengan baik meskipun ditengah pandemi. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah mempromosikan hasil usahanya melalui aplikasi Instagram agar dapat dilihat oleh banyak masyarakat luas.

Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian ini untuk menganalisis kesuksesan aplikasi Instagram sebagai media promosi bagi pelaku UMKM di Kota Jambi menggunakan metode *Delone and Mclean*. Model *DeLone*

and McLean digunakan untuk mengukur keberhasilan sistem informasi dan kualitas sistem informasi yang dihasilkan oleh sistem yang bersangkutan [2].

Dari permasalahan yang ada dilatar belakang diatas, maka dari itu penulis mengambil judul **“ANALISIS KESUKSESAN APLIKASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM KOTA JAMBI MENGGUNAKAN METODE *DELONE AND MCLEAN*”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan oleh penulis diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana menganalisis kesuksesan aplikasi Instagram sebagai media promosi UMKM Kota Jambi menggunakan metode *Delone and Mclean*?”.

1.3 BATASAN MASALAH

Batasan masalah merupakan pembatasan ruang lingkup penelitian terkait sistem yang diusulkan untuk perusahaan atau instansi, agar penulis memiliki arah dan tujuan yang jelas dalam penelitian.

1. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa kesuksesan Instagram terhadap pelaku usaha UMKM Kota Jambi sebagai media promosi.
2. Penelitian ini difokuskan pada kualitas informasi (*information quality*), kualitas system (*system quality*), kualitas layanan (*service quality*), penggunaan (*use*), kepuasan pengguna (*user satisfaction*), dan manfaat bersih (*net benefit*).

3. Responden dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM Kota Jambi yang menggunakan instagram.
4. Tools yang digunakan untuk menganalisis hasil kuesioner adalah SmartPLS.
5. Analisis menggunakan teori SEM (*Structural Equation Modelling*).
6. Penentuan teori perhitungan sample menggunakan teori Rao Purba dan angket menggunakan Skala Likert.

1.4. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis tingkat kesuksesan aplikasi Instagram sebagai media promosi bagi UMKM di Kota Jambi menggunakan metode *Delone and McLean*.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat dari penelitian ini, antara lain:

1. Bagi masyarakat Kota Jambi yang menjadi pelaku UMKM, maka penelitian ini sangat berguna untuk mempermudah pelaku dalam menyebarluaskan usahanya agar lebih dikenal oleh masyarakat.
2. Sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memberikan gambaran secara umum mengenai keseluruhan penulisan ilmiah, maka dapat dilihat melalui sistematika penulisan yang meliputi :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai teori yang saling berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti oleh peneliti, kemudian teori-teori tersebut didapatkan dari berbagai sumber seperti Buku, Jurnal, maupun Artikel.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai tahapan apa saja yang menjadi proses selama mengerjakan penelitian serta menjelaskan metode yang akan digunakan.

BAB IV : MODEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang model dan instrument penelitian objek dan gambaran umum objek penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan perihal anhasil dari analisis dan hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.