BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan usaha di Indonesia sangat pesat sehingga membuka banyak peluang kepada para pelaku usaha mengingat meningkatnya pula kebutuhan masyarakat. Banyak usaha baru yang muncul selain produk, yaitu usaha yang bergerak dibidang jasa. Menurut Kotler dan Keller (2012) tentang jasa (service) adalah *"A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical prouct*." (Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik). Sejalan dengan perkembangan tersebut, salah satu usaha yang bergerak dibidang jasa yang berkembang adalah Jasa Kursus Mengemudi.

Dalam beberapa tahun terakhir, jasa kursus mengemudi mengalami peningkatan yang signifikan dapat dilihat dari peningkatan jumlah kendaraan terutama dengan hadirnya program mobil murah ramah lingkungan (LCGC) yang telah mendorong banyak individu untuk belajar mengemudi (Gaikindo, 2024). Persentase penjualan mobil di Indonesia dikuasai oleh 30 persen LCGC atau mobil ramah lingkungan dan dari penjualan LCGC 60 persennya adalah *first buyer* yang artinya banyak sekali pengemudi pemula yang membutuhkan pendampingan dalam mengemudi (Pamungkas, 2016). Berkembangnya layanan transportasi *online* yang menciptakan lapangan kerja baru juga menjadi alasan mengapa banyak calon pengemudi mengikuti kursus mengemudi untuk dapat bekerja di sektor ini dikarenakan beberapa sekolah mengemudi menawarkan berbagai

pelayanan seperti pengurusan Surat Izin Mengemudi (SIM) sehingga tidak perlu lagi repot untuk mendaftar dalam ujian mendapatkan SIM (Grab Indonesia, 2023).

Keahlian dalam mengemudi kendaraan roda empat sangat dibutuhkan apalagi buat pemula guna menghindari hal-hal yang dapat membahayakan nyawa, begitu pun dengan orang yang mobilitasnya tergantung pada roda empat (Ibrahim & Kuswanto, 2022) sehingga diperlukan kursus mengemudi untuk meningkatkan *skill* berkendara. Belajar mengemudi melalui kursus mengemudi memiliki banyak manfaat karena masyarakat diajarkan keterampilan dan pengetahuan untuk mengendarai kendaraan dengan aman. Selain itu terdapat beberapa manfaat yang dapat ditemukan apabila mengikuti program tersebut seperti: (1) Pengembangan kepercayaan diri pengemudi, (2) mengurasi risiko kecelakaan, (3) mempersiapkan diri dalam menghadapi situasi di jalan, (4) mengetahui perilaku berkendara yang aman, (5) mengetahui pemeliharaan kendaraan.

Menurut Waluyo (2020) dalam Samudra (2020), selaku Kasi Gar Subdit Gakkum Ditlantas Polda Metro Jaya, belajar di sekolah mengemudi hasilnya akan lebih maksimal ketimbang otodidak, apalagi yang sudah terakreditasi. Mengingat masyarakat tidak hanya diajarkan hal-hal teknis untuk mengasah *skill* mengemudi, melainkan juga bagaimana perilaku yang aman saat berkendara. Belajar mengemudi tanpa pengajar khusus tentu ada perbedaan dengan belajar di kursus mengemudi. Belajar mengemudikan mobil tanpa pengajar khusus tentu harus memiliki fasilitas yaitu mobil sendiri dan bebas biaya belajar. Tetapi dengan mengikuti kursus mengemudi, peserta disediakan mobil untuk belajar dan didampingi oleh pengajar yang sudah ahli dan kompeten dan tersertifikasi oleh Lembaga Kompeten. Selain itu, dengan mengikuti kursus mengemudi masyarakat akan mendapatkan pengetahuan lebih tentang mengemudi dibanding orang yang belajar secara otodidak.

Di Indonesia terdapat 350 kursus mengemudi yang terdaftar di Seluruh Kota Besar di Indonesia (Kursusmengemudi.id, 2025). Untuk Wilayah Makassar terdapat beberapa jasa kursus mengemudi seperti berikut:

Tabel 1
Data Kursus Mengemudi di Makassar

No	Kursus Mengemudi di Makassar
1.	Aliah Kursus
2.	Kursus Mengemudi Rifana
3.	Kursus Mengemudi Madani
4.	Kursus Mengemudi Handayani Luwu Raya
5.	Kursus Mengemudi Annailah
6.	Kursus Mengemudi Asia Prima
7.	Kursus Mengemudi Kanaya
8.	Kursus Mengemudi AR
9.	Nur Atifah Mengemudi
10.	Kursus Mandiri Mengemudi
11.	Srikandi Mengemudi
12.	Kursus Mengemudi Fana Makassar
13.	Kursus Mengemudi mobil HB
14.	Kursus Mengemudi Transindo
15.	Nur Atifah Mengemudi
16.	Mahir Mengemudi Makassar
17.	Kursus Mengemudi Murah Makassar
18.	Privat Mengemudi Makassar
19.	Masjaya
20.	Kursus Mengemudi Sungguminasa
21.	LPK ASA Kursus Mengemudi
22.	Kursus Mengemudi Ummu Husna

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Data diatas merupakan beberapa lembaga kursus mengemudi yang tersedia di Kota Makassar yang tentu memiliki perbedaan masing-masing seperti dari harga ataupun fasilitas yang mereka sediakan. Berkembangnya kursus mengemudi dipicu oleh sejumlah faktor utama. Salah satu yang paling signifikan adalah peningkatan jumlah kendaraan. Program mobil murah ramah lingkungan (LCGC) telah memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memiliki kendaraan pribadi, sehingga kebutuhan akan keterampilan mengemudi pun semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari data yang diperoleh dari (Badan Pusat Statistik, 2024) bahwa kendaraan di Kota Makassar menunjukkan peningkatan karena pada tahun 2023

jumlah kendaraan bermobil terdapat sekitar 275.344 dan pada tahun 2024 mengalami peningkatan dengan jumlah kendaraan bermobil sebanyak 349.975. Selain itu, salah satu alasan kenapa kendaraan mobil mengalami peningkatan karena kendaraan pribadi di Indonesia lebih digemari dibanding transportasi umum. Hal ini disebabkan karena mayoritas masyarakat lebih suka bepergian menggunakan kendaraan pribadi (Yonathan, 2024). Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan berkendara juga mendorong mereka untuk lebih memilih mengikuti kursus mengemudi. Kursus-kursus ini tidak hanya mengajarkan teknik berkendara yang baik, tetapi juga menekankan aspek keselamatan di jalan (Kusuma S, 2024).

Industri jasa mengemudi semakin kompetitif karena dengan peningkatan jumlah kendaraan tentu akan memunculkan pesaing usaha yang bisa saja bergerak dibidang yang sama karena adanya peluang yang tersedia sehingga perusahaan dituntut untuk mengadopsi strategi yang efektif guna mempertahankan keberadaan mereka dan meraih keunggulan dalam persaingan. Oleh karena itu, manajemen strategis menjadi faktor kunci untuk menghadapi dinamika pasar yang selalu berubah (Annisa Nurfadilla dkk, 2023). Persaingan kursus mengemudi yang semakin ketat baik pada tingkat lokal maupun nasional, mendorong setiap pelaku usaha untuk terus berinovasi guna menarik perhatian pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dalam konteks pemasaran di era digital saat ini, salah satu pendekatan yang terbukti sangat efektif adalah memanfaatkan sosial media sebagai alat utama dalam strategi pemasaran.

Penggunaan media sosial sebagai alat promosi telah menjadi strategi yang krusial dalam pemasaran modern. Media sosial menyediakan platform bagi perusahaan untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen, membangun hubungan yang lebih personal, serta meningkatkan kesadaran merek. Menurut

Kotler dan Keller (2016), pemasaran digital melalui media sosial memungkinkan perusahaan menjangkau *audiens* yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional (Siregar, 2024). Selain itu, kemajuan media sosial semakin menarik perhatian dunia berkat potensi dan kegunaannya yang luar biasa. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak lembaga bisnis kini memfokuskan perhatian mereka pada media sosial sebagai sarana untuk mencapai tujuan perusahaan (Arifin dan Herli, 2020).

We Are Social menyebutkan dari hasil survei yang mereka lakukan bahwa sebanyak 49,9 persen atau sekitar 139 juta dari total populasi Indonesia aktif menggunakan media sosial per Januari 2024 (Lintang, 2024). Media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia di dominasi oleh *WhatsApp, Instagram, Facebook dan Tiktok.* Berdasarkan data yang didapatkan *Instagram* menempati posisi kedua media sosial yang paling banyak digunakan dengan rincian kurang lebih sekitar 118 juta orang dari total populasi pengguna media sosial di Indonesia. *Instagram* merupakan platform media sosial yang sangat banyak digemari dan digunakan sebagai hiburan bagi para penggunanya. Akan tetapi, saat ini *instagram* bisa dimanfaatkan sebagai sarana dalam melakukan kegiatan bisnis (Puspitarini dan Nuraeni, 2019).

Hootsuite Social trends 2021 menyebutkan bahwa *instagram* menduduki posisi pertama sebagai platform media sosial paling efektif untuk mempromosikan bisnis. Data tersebut sejalan dengan fenomena di lapangan bahwa saat ini berbagai bisnis besar di Indonesia juga menggunakan *instagram* sebagai media promosi (Aryani dan Murtiariyati, 2022). *Instagram* merupakan situs media sosial dengan penambahan *user* yang sangat cepat, karena menawarkan cara berinteraksi yang unik dan menarik. Promosi di *instagram* mengedepankan aspek visual, jelas membutuhkan strategi dan pendekatan yang berbeda dengan cara berpromosi yang konvensional (Sarbani dan Lestari, 2022).

Melalui *instagram* pelaku usaha dapat meningkatkan popularitas mereka melalui berbagai cara, seperti dengan melakukan promosi produk, *branding*, dan interaksi dengan konsumen. Dengan adanya modal popularitas maka akan lebih mudah bagi suatu produk tersebut untuk mencuri perhatian masyarakat, melalui pemberitaan media di mana diharapkan akan mempunyai nilai tambah bagi suatu produk. Banyak keputusan pembelian didasarkan pada popularitas, hal itu juga sesuai dengan hasil penelitian oleh (Alatas dan Tabrani, 2018) yang menyatakan bahwa popularitas berpengaruh terhadap minat beli (*purchase intention*).

Pemanfaatan *instagram* tersebut nantinya akan menjadi aset yang bersifat berkelanjutan untuk dikelola oleh para pelaku usaha mempromosikan produk-produk yang mereka miliki. Video yang menarik dan informatif memiliki potensi untuk menarik minat konsumen, sekaligus mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat setempat. *Instagram* menawarkan berbagai fitur seperti *feed, instagram Stories, Reels*, dan IGTV yang memungkinkan bisnis untuk menampilkan konten secara lebih kreatif dan interaktif.

Video promosi adalah salah satu media promosi yang semakin populer dan efektif karena dapat menggabungkan elemen visual, audio, dan narasi untuk menarik perhatian *audiens* secara lebih mendalam (Sari, Pracintya, dan Aditya, 2024). Video promosi dibuat untuk mempromosikan barang atau jasa dan menunjukkan keunggulan barang ataupun jasa tersebut serta biasanya menggunakan *tagline* yang singkat agar mudah diingat oleh konsumen. (Wiratna dan Lakoro, 2017).

Dalam hal ini, lokasi penelitian yaitu Kursus Mengemudi Annailah. Kursus Mengemudi Annailah adalah kursus mengemudi yang berdomisili di Kabupaten Soppeng lalu melakukan pemekaran usaha dengan membuka cabang di Kota Makassar tepatnya di Jalan Paccerakkang pada 13 Maret 2022. Sebagai pelaku usaha tentu memerlukan strategi untuk masyarakat tahu mengenai keberadaan

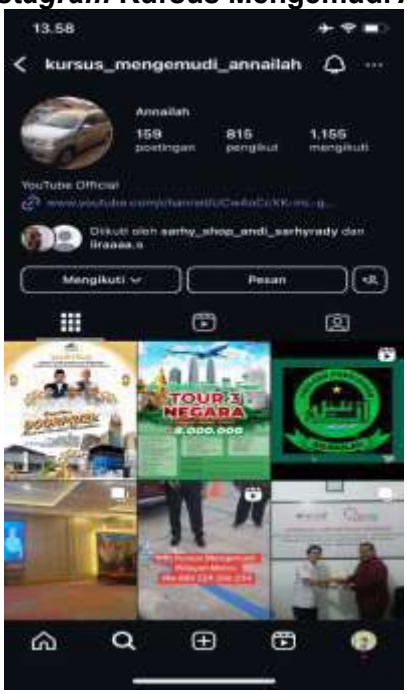
Kursus Mengemudi Annailah. Kursus mengemudi Annailah tidak kalah bagus dari penyedia layanan kursus lainnya yang ada di Kota Makassar karena telah terakreditasi Baik yang dikeluarkan oleh Lembaga Akreditasi Lembaga Pelatihan Kerja (LA-LPK) dan sudah sertifikasi oleh Asosiasi Pelatihan Mengemudi Indonesia, dan Sertifikat oleh Markas Besar Kepolisian Negara Republik Indonesia Korps Lalu Lintas serta dinyatakan Kompeten berdasarkan Sertifikat yang dikeluarkan Oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) Lembaga Sertifikasi Profesi Instruktur Kursus Indonesia. Akan tetapi promosi masih perlu dilakukan melihat fenomena yang ada bahwa popularitas yang mereka miliki masih sebagai pendatang baru yang ada di Kota Makassar.

Selain itu dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai permasalahan yang dihadapi oleh Kursus Mengemudi Annailah:

> "…kalau di Makassar inikan banyak Lembaga kursus jadi persaingan juga ketat. Nda sama kalau di Soppeng, ee tidak ada saingan, sendiri saja toh jadi kita enak untuk kuasai…."

Sehingga dari hasil wawancara diatas, peneliti menarik kesimpulan mengenai permasalahan Kursus Mengemudi Annailah yaitu masih kurangnya pengetahuan Masyarakat tentang keberadaan kursus mengemudi Annailah karena banyaknya Lembaga yang yang sama untuk mereka yang pendatang baru. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan, Kursus Mengemudi Annailah memanfaatkan media sosial *instagram* sebagai salah satu strategi pemasaran digitalnya, hal tersebut dapat dilihat dari akun *instagram* yang mereka miliki dengan *username* @kursus_mengemudi_annailah.

Gambar 1
Profil *Instagram* Kursus Mengemudi Annailah



Sumber: Profil *Instagram* Kursus Mengemudi Annailah

Dari profil *instagram* mereka dapat dilihat juga bahwa mereka telah menampilkan berbagai konten yang mereka lakukan, namun masih kurang optimal penggunaan *instagram* yang mereka miliki dilihat dari *postingan* mereka yang masih kurang menarik dan minim kreativitas dalam kontennya. Kursus Mengemudi Annailah memiliki cukup banyak pengikut sekitar 815 pengikut sehingga dengan video promosi dapat meningkatkan angka popularitas yang mereka miliki. Video promosi juga menjadi salah satu media promosi yang semakin populer dan efektif karena dapat menggabungkan elemen visual, audio, dan narasi untuk menarik perhatian *audiens* secara lebih mendalam (Sari, Pracintya, dan Aditya, 2024).

Akun *Instagram* Kursus Mengemudi Annailah masih mengandalkan desain yang monoton dan kurang interaktif, sehingga daya tariknya terhadap calon pelanggan terbatas. Untuk meningkatkan popularitasnya, maka mereka perlu mengadopsi strategi pemasaran berbasis video, seperti proses dalam belajar mengemudi sebagai bentuk informasi sehingga dapat meningkatkan interaksi kepada *audiens*. Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah diuraikan di

atas, maka penelitian ini akan dilakukan dengan judul “Video Promosi Melalui Konten Media Sosial *Instagram* Dalam Peningkatan Popularitas Pada Kursus Mengemudi Annailah”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah “Bagaimana video promosi melalui konten media sosial *instagram* dapat meningkatkan popularitas pada Kursus Mengemudi Annailah”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan popularitas pada Kursus Mengemudi Annailah menggunakan video promosi melalui konten media sosial *Instagram*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

   Diharapkan dalam penelitian ini dapat menambah wawasan kepada pembaca mengenai bagaimana video promosi melalui konten media sosial *instagram* dapat meningkatkan popularitas suatu usaha dan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan akademisi bisnis.

2. Manfaat Praktis

   Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Lokasi Penelitian untuk mengimplementasikan video promosi melalui konten media sosial *instagram* agar meningkatkan popularitasnya sehingga usaha yang dijalankan dapat terus berkembang.