

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat di zaman milenial sekarang ini turut membantu manusia dalam memasuki era baru teknologi. Teknologi yang diciptakan untuk memudahkan aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari menjadi lebih efektif dan efisien. Saat ini teknologi internet dapat digunakan sebagai sarana berbisnis dengan menggunakan media sosial yang dapat memberikan kemudahan para pelaku bisnis untuk menawarkan berbagai macam jenis penjualan produk. Sebelum mengenal internet para pelaku usaha hanya mempromosikan produknya melalui mulut ke mulut. Sehingga menyebabkan hanya sedikit orang yang dapat mengenali produk usahanya. Kini dengan hadirnya internet dapat berbisnis dengan lebih mudah mempromosikannya melalui online.

Promosi online adalah strategi pemasaran produk yang sangat mempengaruhi proses penjualan online, oleh karena itu dilakukannya pun melalui platform-platform di internet. Tujuan promosi online untuk memperkenalkan produk secara online kepada konsumen dan meningkatkan minat beli mereka, demikian pula komunikasi pemasaran sangat dibutuhkan dalam memahami kehendak pasar. Hal ini dikarenakan agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan yang menjual produk sejenis, seiring dengan perkembangan teknologi, para pelaku bisnis dapat mempromosikan produk usahanya melalui promosi online seperti menggunakan aplikasi instagram, dan lain sebagainya.

Selain promosi, hal yang terpenting juga dari segi desain kemasan pada sebuah produk berguna untuk mempromosikan produk atau barang, dengan bentuk tampilan desain yang bagus serta beda dengan yang lainnya akan menarik minat konsumen atau pasar. Desain kemasan produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat menguatkan branding bisnis dalam persaingan yang semakin ketat, desain kemasan yang menarik dan berkualitas

menjadi pembeda antara brand sendiri dengan brand pesaing. Melalui desain kemasan produk, kita dapat menyampaikan informasi mengenai identitas produk tersebut seperti logo, jenis produk, dan sebagainya. Hal seperti ini tentu bisa menarik perhatian pelanggan dan menambah nilai jual terhadap produk yang dimiliki.

Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi merupakan jenis usaha rumahan yang bergerak dalam bidang kuliner yaitu keripik ubi, berdiri pada tanggal 21 Desember 2007 yang beroperasi di kota Jambi. Menurut Hurriyati (2015) “lokasi dapat diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan di masa perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya”. Lokasi atau tempat dari Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi terletak di Jalan Orang Kayo Pingai, RT. 23, Talang Banjar, Kota Jambi. Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi belum memiliki toko khusus melainkan hanya beroperasi di rumah Ibu Samirah saja. Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi menjual keripik ubinya ke beberapa lokasi warung dan pedagang bakso disekitar wilayah kelurahan Talang Banjar kota Jambi.

Menurut Keller & Hansen (2019) promosi merupakan sesuatu yang digunakan untuk mengkomunikasikan dan membujuk pasar terkait dengan produk atau jasa yang baru melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.

Sistem promosi yang dilakukan Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi ini sendiri masih melalui mulut ke mulut dan belum pernah melakukan promosi secara online. Padahal Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi ini sudah berdiri lama sejak tahun 2007. Cara promosi yang dilakukan Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi ini belum dapat dikatakan efektif dan efisien karena melihat perkembangan teknologi sekarang yang sudah semakin canggih dan banyak perusahaan pesaing yang sudah melakukan promosi secara online.

Menurut Kotler dan Amstrong (2017) berpendapat bahwa produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar dengan tujuan untuk diperhatikan, dicari, diminta, dibeli, digunakan dan dikonsumsi oleh konsumen sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan.

Produk yang ditawarkan oleh Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi adalah keripik ubi pedas yang terbuat dari bahan dasar ubi kayu pilihan terbaik.

Produk Keripik Ubi Samirah Jambi sama sekali belum pernah membuat merek atau label pada kemasan produknya. Kemasan Keripik Ubi Samirah Jambi seperti pada gambar 1.1 masih terlihat sangat sederhana dan terkesan tradisional menggunakan plastik transparan biasa. Hal tersebut dikarenakan pemilik yang sudah berumur tua dan tidak memiliki pendidikan dibidang terkait. Berikut dibawah ini adalah kemasan Keripik Ubi Samirah Jambi:



Gambar 1.1 Kemasan Keripik Ubi Samirah Jambi

Sumber: Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi, 2023

Menurut Kotler dan Amstrong (2017) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Harga yang ditawarkan oleh Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi disesuaikan dengan kualitas produk. Keripik Ubi Samirah Jambi masih menggunakan kemasan plastik biasa tanpa adanya label produk pada kemasannya yang menyebabkan harga Keripik Ubi Samirah Jambi masih relatif murah dengan harga 1000/Pcs keripiknya.

Selama 3 tahun terakhir ini, volume penjualan di Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi mengalami penurunan. Berikut ini adalah tabel jumlah volume penjualan Keripik Ubi Samirah Jambi:

Tabel 1.1
Jumlah Volume Penjualan Keripik Ubi Samirah Jambi
Tahun 2020-2022

NO	BULAN	2020	2021	2022
1	JANUARI	3600 pcs	2700 pcs	1800 pcs
2	FEBRUARI	2700 pcs	2025 pcs	1350 pcs
3	MARET	1800 pcs	1350 pcs	900 pcs

4	APRIL	900 pcs	675 pcs	1450 pcs
5	MEI	3600 pcs	2700 pcs	1800 pcs
6	JUNI	1350 pcs	900 pcs	1800 pcs
7	JULI	675 pcs	450 pcs	900 pcs
8	AGUSTUS	1800 pcs	1350 pcs	900 pcs
9	SEPTEMBER	450 pcs	900 pcs	675 pcs
10	OKTOBER	675 pcs	900 pcs	1450 pcs
11	NOVEMBER	1800 pcs	1350 pcs	900 pcs
12	DESEMBER	2700 pcs	2025 pcs	1350 pcs
	JUMLAH	22050 pcs	17325 pcs	15275 pcs

Sumber: Data sekunder diolah, 2023

Terlihat jelas pada tabel 1.1 bahwa penjualan keripik ubi mengalami penurunan yang sangat signifikan. Penurunan penjualan keripik ubi berawal dari tahun 2020 yang hanya terjual 22050 pcs, dimana pada saat itu terjadi covid-19 yang menyebabkan sulitnya beraktifitas penjualan secara normal. Penjualan keripik ubi pada tahun 2021 hanya terjual 17325 pcs yang masih mengalami penurunan dikarenakan efek covid-19 yang masih ada dan belum mereda. Pada tahun 2022 Keripik Ubi hanya terjual 13275 pcs, penjualan pada tahun 2022 ini masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan 2 tahun terakhir. Hal ini disebabkan langganan yang sering memesan terjadi penurunan permintaan keripik ubi. Kemungkinan terbesar juga disebabkan karena adanya beberapa kekurangan baik dari segi promosi maupun kemasan yang mengakibatkan ketidaktahuan masyarakat terkait adanya produk Keripik Ubi Samirah Jambi dan tidak dapat bersaingnya dengan kompetitor usaha yang sejenis di kota Jambi.

Maka dari itu, Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi memerlukan strategi perancangan promosi yang efektif dan efisien agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas sehingga produk yang dipasarkan dapat dikenal oleh banyak orang tidak hanya di sekitar wilayah kelurahan Talang Banjar kota Jambi saja. Selain itu, Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi juga memerlukan perancangan desain kemasan produk yang dapat menginformasikan identitas produk sebagai merek Keripik Ubi Samirah Jambi yang berkualitas. Penulis ingin melakukan perancangan promosi online

dan desain kemasan produk pada Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi agar dapat mempromosikan produk secara online dan dapat menggunakan label produk pada kemasan Keripik Ubi Samirah Jambi agar kemasan menjadi lebih informatif dengan harapan dapat membantu meningkatkan daya tarik konsumen terhadap Keripik Ubi Samirah Jambi.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengangkat permasalahan mengenai **“PERANCANGAN PROMOSI ONLINE DAN DESAIN KEMASAN PRODUK PADA USAHA KERIPIK UBI SAMIRAH JAMBI”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi permasalahan yang akan penulis bahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang promosi online pada Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi?
2. Bagaimana mendesain kemasan produk pada Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian laporan akhir ini, penulis memfokuskan dan membatasi ruang lingkup penelitian yang dijadikan objek pada suatu usaha yaitu Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi, yang beralamat di Jl. Orang Kayo Pingai, RT. 23, Kel. Talang Banjar, Kec. Jambi Timur, Kota Jambi, Prov. Jambi. Kajian penelitian ini adalah hanya fokus tentang perancangan promosi online dan desain kemasan produk.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai penulis dalam Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk merancang promosi online pada Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi
2. Untuk mendesain kemasan produk pada Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Bertambah wawasan dan meningkatkan ilmu pengetahuan tentang promosi online dan desain kemasan produk serta dapat menerapkan teori-teori yang sudah dipelajari khususnya dalam mata kuliah administrasi penjualan.

2. Bagi Perusahaan

Melakukan promosi online melalui aplikasi Instagram dan menerapkan desain kemasan produk yang telah penulis desain agar menjangkau banyak orang secara luas dan menambah nilai jual produk yang dihasilkan.

3. Bagi Politeknik

Pengetahuan bertambah bagi pihak yang berminat dalam melakukan penelitian lebih lanjut dengan tema yang sama dengan penelitian ini dan sebagai tambahan informasi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan.

Menurut Iskandar (2009) pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena social dan masalah manusia. Pada

penelitian ini peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami.

Pada penelitian ini, penulis melakukan pengamatan langsung, wawancara dan studi dokumen. Penulis juga memahami interaksi sosial, mengembangkan teori, memastikan kebenaran data dan meneliti sejarah perkembangan pada Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dikumpulkan dan digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

a. Jenis Data

Penelitian dalam laporan akhir ini dari segi tujuannya termasuk dalam penelitian kualitatif, dimana metode ini lebih menekankan pada kualitas bukan kuantitas dan data-data yang dikumpulkan bukan bersumber dari kuesioner, melainkan bersumber dari wawancara dan observasi. Penelitian kualitatif juga lebih mementingkan segi proses dari pada hasil yang didapat.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data dari penelitian yang diperoleh pengumpul data secara langsung dari sumber aslinya. Dalam hal ini penulis akan melakukan penelitian dengan mengolah data yang diperoleh melalui wawancara langsung bersama Pemilik (*Owner*) Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi beserta pelanggan dan konsumen Keripik Ubi Samirah Jambi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, lewat dokumen atau yang telah dicatat oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang sudah dikumpulkan,

diolah dan disusun rapi oleh Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi serta data-data yang berasal dari artikel, jurnal, karya ilmiah yang dipublikasikan di internet, berbagai literatur yang mendukung permasalahan, buku, dan penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke lokasi usaha yaitu pada Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi dengan melakukan wawancara guna mendapatkan informasi dan data-data yang diperlukan dalam penulisan laporan akhir. Dalam hal ini, penulis mewawancarai langsung bersama Pemilik (*Owner*) Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi beserta pelanggan dan konsumen Keripik Ubi Samirah Jambi mengenai gambaran umum Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi serta keadaan yang dilakukan Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi dalam mempromosikan dan mengemaskan produk yang dijual.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan yaitu penyusunan laporan akhir dengan cara kepustakaan (*Library Research*), dimana penulis mencari informasi dengan cara mengumpulkan data-data yang didapat dari buku-buku, jurnal, perusahaan, catatan-catatan dan literatur yang berhubungan dengan topik yang dibahas.

3. Riset Internet (*Internet Research*)

Penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data yang berasal dari situs-situs atau website yang berhubungan dengan

informasi data dan permasalahan yang dibutuhkan dalam penelitian.

1.5.4 Analisis Data

Untuk menganalisa data-data yang penulis peroleh dari Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi, maka penulis menggunakan analisis data kualitatif.

Menurut sugiyono (2019) analisis data kualitatif adalah proses memilih, memilah dan mengorganisasikan data yang terkumpul dari catatan lapangan, hasil observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi, sehingga diperoleh pemahaman yang mendalam, bermakna, unik dan temuan baru yang bersifat deskriptif, kategorisasi dan atau pola-pola hubungan antar kategori dari obyek yang diteliti.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis data kualitatif untuk menentukan potensi dan masalah, memahami makna dan keunikan objek yang diteliti, memahami proses dan atau interaksi sosial, memahami perasaan orang lain, mengkonstruksi fenomena dan menemukan hipotesis, memastikan kebenaran data, serta meneliti sejarah perkembangan usaha.

Maka dari itu, penulis melakukan wawancara langsung bersama Pemilik (*Owner*) Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi beserta pelanggan dan konsumen Keripik Ubi Samirah Jambi untuk mengetahui gambaran umum Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi serta mengetahui keadaan yang dilakukan Usaha Keripik Ubi Samirah Jambi dalam mempromosikan dan mengemaskan produk yang dijual.