

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di Indonesia sekarang banyak sekali usaha bisnis yang sedang berkembang contohnya bisnis kuliner. Usaha yang bergerak dibidang kuliner merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang sangat besar. Usaha kuliner juga dirancang untuk menyediakan makanan yang berkualitas, penampilan dan suasana yang unggul bagi konsumen. Sudah banyak pengusaha yang mendapat untung dari usaha kuliner ini yang nominal terbilang cukup besar. Namun tidak sedikit pula orang yang membuka usaha kuliner gulung tikar, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan yang terjalin baik dengan konsumen. Hubungan yang baik akan tercipta bila sebuah bisnis kuliner mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan dan selera konsumen terpenuhi dengan baik.

Strategi pemasaran merupakan sebuah bentuk perencanaan yang akan dilakukan oleh perorangan atau perusahaan dengan maksud untuk mencapai kepentingan bersama dalam jangka waktu yang panjang. Beberapa jenis strategi yang dapat dijalankan pada suatu kegiatan bisnis saat ini di antaranya adalah perkembangan geografis bisnis, strategi dalam peletakkan investasi bisnis, pengambil alihan kekuasaan jika diperlukan, pembaharuan produk, perluasan jaringan pasar bisnis, penyisihan dan pemenuhan serta proses likuidasi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet telah mengubah pola perilaku Masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Saat ini, banyak usaha dan bisnis mengalihkan fokusnya dari metode pemasaran konvensional ke promosi melalui media sosial. Hal ini disebabkan oleh adanya berbagai platform media sosial, situs

web dan *took* online yang memungkinkan para pelaku usaha untuk menjangkau calon konsumen secara lebih luas.

Promosi adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi dan mempengaruhi orang agar bersedia membeli suatu produk atau jasa. Promosi berperan dalam menghasilkan penyampaian informasi yang baik kepada konsumen agar mereka tahu tentang produk atau jasa apa yang ditawarkan dan manfaat apa yang akan mereka dapatkan dari suatu produk atau jasa tersebut.

Kegiatan promosi dapat menjadi satu dari sekian banyak faktor keberhasilan sebuah perusahaan dalam melakukan kegiatan penjualan produknya. Promosi berfungsi sebagai persuasif satu arah guna membujuk seseorang untuk melakukan tindakan pertukaran (jual beli) pada pemasaran. Sebab itu promosi harus digarap dengan teliti dan cermat karena promosi bukan saja mengenai bagaimana cara berbicara pada konsumen, tetapi juga melibatkan berapa banyak biaya yang akan dikeluarkan untuk melakukan promosi dan tetap harus sesuai dengan kemampuan pada perusahaan.

Saat ini, banyak sekali aplikasi sosial media yang dapat digunakan untuk memasarkan dan mempromosikan suatu produk. Media sosial adalah digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video dan media sosial juga merupakan sebuah sarana untuk bersosialisasi sata sama lain yang dilakukan secara daring dan memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Terdapat aplikasi sosial media yang biasa digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa seperti Facebook, Instagram, Tiktok, Whatsapp, dan aplikasi lainnya. Berbagai aplikasi tersebut merupakan beberapa media sosial yang dapat memanfaatkan aplikasi Canva untuk mempromosikan suatu produk menjadi lebih menarik lagi.

Aplikasi canva merupakan program yang menyediakan berbagai macam fitur untuk mendesain sesuatu seperti poster, presentasi, brosur, grafik, spanduk, sertifikat, kartu undangan, kartu nama, label, logo, sampul buku, editing foto, cerita Instagram, sampul facebook dan berbagai hal lainnya. Pada

saat mendesain canva file akan tersimpan secara otomatis maka pengguna tidak perlu khawatir file akan hilang. Platform ini bisa juga diakses dimana saja dan kapan saja melalui web [canva.com](https://www.canva.com) tanpa perlu menginstal aplikasinya, dan bisa diunduh secara gratis dengan beragam format seperti png, pdf, jpg, svg, gif, mp4. Didalamnya ada *tools* terdapat desain dan animasi yang dapat digunakan dengan mudah. Kita hanya perlu membuat desain sesuai dengan kebutuhan kita.

Kabupaten Muara Enim merupakan salah satu kabupaten yang penduduknya sudah banyak memanfaatkan aplikasi canva untuk mempromosikan suatu produk ke Masyarakat luas. Ada 135 UMKM makanan di kabupaten tersebut dan rata-rata UMKM tersebut sudah menggunakan aplikasi canva untuk membantu promosi penjualannya .

Aneka Keripik Bu Iin merupakan salah satu usaha industri kecil yang yang menawarkan berbagai makanan ringan yang menarik dan berkualitas. Usaha ini juga sudah memiliki surat izin usaha dan sudah memiliki NIB (Nmor Induk Berusaha) dan sudah bersertifikat halal. Keripik merupakan salah satu makanan yang banyak diminati dikalangan masyarakat sekitar baik itu orang tua maupun anak muda karena bahkan hampir semua orang menyukai makanan ringan ini. Aneka Keripik Bu Iin ini sudah berdiri dan berkembang sejak tahun 2012 lalu di salah satu perdesaan kecil yang terletak di Dusun 2 Desa Panang Jaya, Kecamatan Gunung Megang, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan.

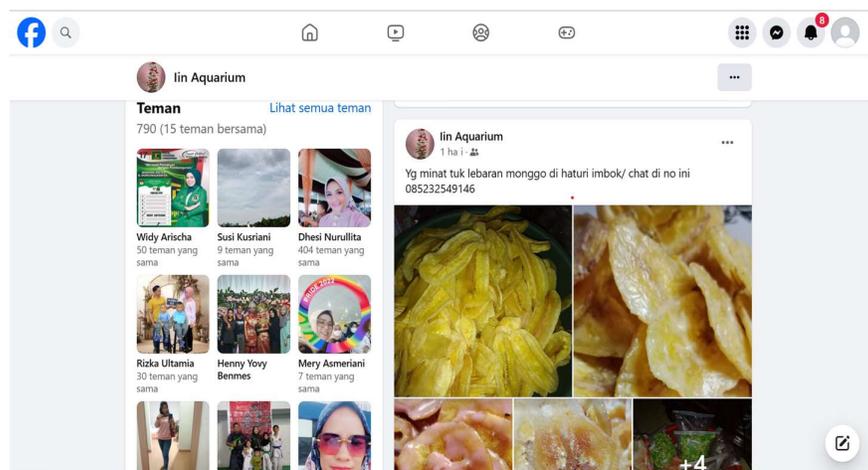
Usaha keripik ini dibuat dan dikelola sendiri oleh seorang Ibu Rumah Tangga yang Bernama Iin Mutmainah di dusun 2 Desa Panang Jaya. Akan tetapi, jika pesanan sudah terlalu banyak maka Bu mememinta bantuan ke beberapa orang untuk membuat keripik agar selesai dengan cepat dan tepat waktu. Sesuai dengan nama usahanya “Aneka Keripik Bu Iin” jadi usaha ini banyak menawarkan berbagai macam keripik seperti keripik pisang, keripik ubi sile, keripik ubi kayu dengan berbagai varian-varian rasa dan harga yang berbeda dan juga menjual makanan-makanan ringan lainnya. Dibawah ini terdapat daftar harga produk yang dijual.

**Tabel 1. 1 Daftar Harga Produk**

No.	Nama Produk	Harga (per kg)
1.	Rempeyek kacang	Rp 80.000
2.	Rempeyek Teri	Rp 80.000
3.	Keripik Pisang Ori	Rp 65.000
4.	Keripik Pisang Karamel	Rp 75.000
5.	Keripik Pisang Coklat	Rp 75.000
6.	Keripik Pisang Balado	Rp 75.000
7.	Keripik Ubi Ungu Ori	Rp 65.000
8.	Keripik Ubi Sile Ori	Rp 65.000
9.	Keripik Ubi Sile Pedas	Rp 75.000

*Sumber: Pemilik Usaha Aneka Keripik Bu In*

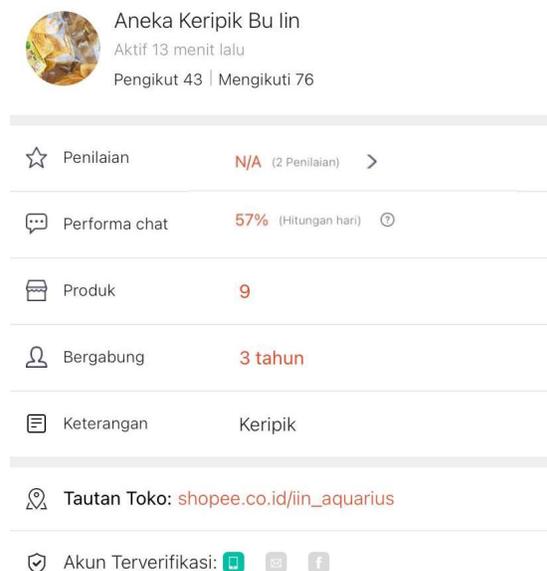
Pada saat menjual atau mempromosikan suatu produk usaha ini hanya memasarkannya di aplikasi tertentu saja seperti Shopee, Whatsapp dan Facebook. Dibawah ini terdapat gambar yang diperoleh dari promosi dan penjualan di aplikasi facebook, whatsapp dan Shopee.



**Gambar 1. 1 Promosi Penjualan di Media Facebook**



**Gambar 1. 2 Promosi Penjualan Media Whatsapp**



**Gambar 1. 3 Akun Penjualan di Aplikasi Shopee**

Produk yang terjual dalam satu bulan bisa mencapai 30kg sampai 50kg dengan berbagai macam varian. Biasanya produk yang paling laris dan banyak diminati oleh pelanggan yaitu keripik pisang ori, dalam satu bulan keripik pisang ori bisa terjual 20kg lebih. Akan tetapi, pada tahun 2023 usaha ini mengalami penurunan. Data penjualan dapat dilihat pada tabel 1.2.

**Tabel 1. 2 Data Penjualan Selama 5 Tahun**

DATA PENJUALAN 5 TAHUN	
Tahun	Jumlah (pcs)
2019	489
2020	437
2021	521
2022	530
2023	490

Sumber: *Pemilik Usaha Aneka Keripik Bu Iin*

Bahkan tidak hanya penjualannya saja menurun tapi juga pengunjung di aplikasi Facebook juga menurun. Mulai dari yang jangkauannya 1.487 sekarang menurun hingga 93% jangkauan atau hanya mencapai 104 jangkauan saja. Dibawah ini bisa dilihat data pengunjung Facebook.

**Gambar 1. 4 Data Pengunjung Facebook**

Tidak hanya promosi pada aplikasi facebook saja yang menurun akan tetapi pengunjung yang melihat produk di aplikasi Shopee juga masih sedikit dan juga produk belum ada yang terjual sama sekali dikarenakan akun toko yang dibuat di aplikasi ini baru. Dibawah ini terdapat gambar salah satu produk yang ada pada toko shopee Aneka Keripik Bu Iin.



**Gambar 1. 5 Data Pengunjung Shopee**

Terdapat beberapa konsumen yang memberikan kritik di akun facebook terhadap produk yang dijual, kritik tersebut mengenai belum adanya daftar harga, lokasi dan pemesanan lewat aplikasi lain pada promosi tersebut. Untuk itu, penulis akan membantu pemilik usaha Aneka Keripik Bu Iin mengatasi permasalahan tersebut dengan memanfaatkan perkembangan teknologi sekarang agar tidak semakin menurun penjualannya dengan membuat rancangan media promosi penjualan melalui aplikasi canva. Dilihat dari latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul laporan akhir yaitu **“PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PENJUALAN ONLINE MENGGUNAKAN APLIKASI BERBASIS *LINK* PADA USAHA ANEKA KERIPIK BU IIN DI DESA PANANG JAYA”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana membuat rancangan media promosi penjualan online menggunakan aplikasi canva berbasis *link*?

## **1.3. Ruang Lingkup Penelitian**

Pada penelitian ini penulis akan membahas bagaimana mempromosikan suatu produk semenarik mungkin melalui aplikasi Canva untuk mengembangkan suatu usaha di Aneka Keripik Bu Iin.

## **1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk membuat media promosi penjualan online menggunakan canva berbasis *link* sehingga memudahkan pelanggan mengetahui informasi lebih detail tentang produk dan usaha pada usaha Aneka Keripik Bu Iin.

### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Bagi Penulis**

Menambah ilmu bagi penulis tentang pengelolaan promosi penjualan online dalam digital marketing.

#### **2. Bagi Aneka Keripik Bu Iin.**

Adanya rancangan promosi penjualan yang dapat meningkatkan penjualan suatu produk Aneka Keripik Bu Iin menggunakan aplikasi Canva.

## **1.5. Metodologi Penelitian**

### **1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Aneka Keripik Bu Iin yang beralamat di Desa Panang Jaya, Kecamatan Gunung Megang, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan.

### **1.5.2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah R&D/Research and Development. Metode penelitian dan pengembangan adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut (Sugiyono, 2017).

Metode pengembangan yang digunakan adalah model ADDIE. Model ADDIE menggunakan pendekatan sistematis dan berurutan. Penelitian pengembangan media ini dilakukan dengan langkah-langkah sesuai dengan langkah dalam model pengembangan ADDIE.

Model ADDIE terdiri dari lima tahap diantaranya adalah Analisis (Analyze), Desain (Design), Pengembangan (Development), Pelaksanaan (Implementation) dan Evaluasi (Evaluation) dan dilakukan secara bertahap (Sugiyono, 2019).

Pada penelitian ini produk yang dihasilkan adalah media promosi penjualan online yang bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualan suatu produk. Berikut ini merupakan gambar prosedur penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

1. Analisis (Analyze), berkaitan dengan kegiatan analisis terhadap situasi kerja dan lingkungan sehingga dapat ditemukan produk apa yang perlu dikembangkan. Analisis adalah suatu tahap pengumpulan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan untuk membuat produk, dalam hal ini produk yang dihasilkan media promosi penjualan. Pengumpulan informasi ini berupa analisis kebutuhan dan analisis masalah.
  - a. Analisis Kebutuhan  
Pada usaha ini analisis kebutuhan adalah membutuhkan konten promosi yang lebih menarik sehingga pelanggan lebih tertarik untuk berbelanja.
  - b. Analisis Masalah  
Pada usaha ini konten promosi yang dibuat belum menarik dan terdapat beberapa konsumen yang memberikan komentar seperti belum tercantumnya daftar harga produk, alamat penjualan dan sulitnya konsumen untuk melakukan pemesanan.
2. Desain (Design) merupakan kegiatan perencanaan produk sesuai dengan yang dibutuhkan. Setelah tahap analisis dilakukan, langkah selanjutnya peneliti melakukan tahap perencanaan mengenai media promosi penjualan yang akan di buat. Pertama kita merumuskan sebuah rancangan diantaranya:
  1. Mempersiapkan Alat dan Bahan
  2. Merancang Skenario Media Promosi
  3. Pemilihan Tampilan Media Promosi

3. Pengembangan (Development) adalah kegiatan pembuatan atau pengujian produk. Pengembangan adalah proses mewujudkan desain tadi menjadi kenyataan maka promosi penjualan tersebut perlu dikembangkan. Satu langkah penting dalam tahap pengembangan adalah uji coba sebelum diimplementasikan yaitu uji coba Masyarakat sekitar. Tahap uji coba ini memang merupakan bagian dari salah satu langkah ADDIE, yaitu evaluasi. Lebih tepatnya evaluasi formatif, karena hasilnya digunakan untuk memperbaiki sistem promosi yang sedang kita kembangkan.
4. Pelaksanaan (Implementation) adalah kegiatan menggunakan produk. Implementasi adalah langkah nyata untuk menerapkan promosi penjualan online di Masyarakat luas. Pada tahap ini promosi penjualan yang telah dikembangkan diset sedemikian rupa agar bisa diimplementasikan sesuai desain awal.
5. Evaluasi (Evaluation) adalah proses untuk melihat apakah promosi penjualan yang sedang dikembangkan berhasil, sesuai dengan harapan awal atau tidak.



**Gambar 1. 6 Langkah-langkah penelitian model ADDIE**

### **1.5.3. Jenis dan Sumber Data**

#### **a. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang bermacam-macam bentuk, seperti catatan observasi, catatan wawancara, pengalaman individu, dan sejarah. penulis mengambil data kualitatif dengan melakukan penelitian melalui wawancara pada Pemilik Usaha Aneka Keripik Bu Iin.

#### **b. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan penulis dalam laporan akhir ini, adalah menggunakan data primer dan data sekunder.

##### **1. Data Primer**

Menurut Sugiyono (2016), data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.

Pada penulisan laporan akhir ini penulis melakukan pengambilan data melalui wawancara langsung dengan owner Aneka Keripik Bu Iin mengenai promosi penjualan online menggunakan aplikasi Canva di Desa Panang Jaya.

##### **2. Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2016), data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer.

Adapun sumber data sekunder adalah berupa dokumen-dokumen penjualan usaha seperti data penjualan, data pengunjung aplikasi.

### **1.5.4. Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Riset Lapangan**

##### **1. Wawancara**

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Metode ini

melibatkan interaksi antara peneliti dan responden melalui pertanyaan-pertanyaan terstruktur atau tidak terstruktur yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pada penelitian ini, penulis melakukan wawancara secara langsung pada Pemilik Usaha Aneka Keripik Bu In.

## 2. Dokumentasi

Sugiyono (2018), definisi dokumentasi merupakan salah satu upaya untuk mengumpulkan informasi atau data yang dalam wujud buku-buku, arsip dokumen, tulisan angka, gambar, laporan yang dapat digunakan untuk menunjang terjadinya proses penelitian.

Penulis mengambil data dokumentasi dari pengunjung aplikasi facebook, shopee dan juga data penjualan.

## 3. Angket

Angket merupakan instrumen penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan untuk menjangkau data atau informasi yang harus dijawab responden secara bebas sesuai dengan pendapatnya (Arifin, 2014)

### b. Studi Kepustakaan

Menurut Sugiyono (2018), studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur Ilmiah.

Data diperoleh dengan cara mempelajari dan mengkaitkan literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi yakni literatur tentang promosi penjualan menggunakan canva.

## 1.5.5. Teknik Analisis Data

### a. Deskriptif Kualitatif

Menurut Sugiyono (dalam Irawan, 2020) deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu keadaan objek alamiah dengan mempelajari sesuatu secara maksimal dengan tujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menjawab dengan detail permasalahan yang diteliti.

Pada data kualitatif, teknik analisis ini berupa proses mendeskripsikan, menggambarkan, menganalisis serta meringkas kejadian atau fenomena yang diteliti. Teknik pengumpulan datanya pun data dilakukan dengan proses wawancara, kuesioner atau langsung ke lapangan. Teknik analisis deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam terkait fenomena yang diteliti.