

Analisis Media Promosi Untuk Snack & Cookies FIO'S

E.Willy Margaretha ^{1*}, Fariz Kiram ², Amalia Pujianti Firdaus ³, Gama Septa Chandra ⁴,
Lidya Naloren ⁵, Riry Ramadiana ⁶, Sauvira Mutia ⁷
Sekolah Tinggi Desain Interstudi

Abstract: *In order to generate sales and increase loyalty in need of promotional media which is a tool or means used to advertise a product or service. Promotion is a very important and vital part for companies engaged in the trading business. Snack & Cookies Fio's currently has a promotional media to advertise its products. The results of the promotional media that have been made need to be seen the receptivity of the promotional media to the sale of food products at Fio's Snack & Cookies. The data analysis method used is a qualitative method. Where this research is about the acceptability of Fio's Snack & Cookies promotional media. The data obtained were analyzed and described in descriptive form. The digital promotional media applied to Fio's Snack & Cookies, for one week was proven to increase sales, not only increased sales, the market of Fio's Snack & Cookies became more widespread*

Key Words : *Media Promotion, Branding*

Abstrak: Dalam rangka menghasilkan penjualan dan meningkatkan loyalitas di perlukan media promosi yang merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk mengiklankan suatu produk atau jasa. Promosi merupakan salah satu bagian yang sangat penting dan vital bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha perdagangan. Snack & Cookies Fio's saat ini telah memiliki media promosi untuk mengiklankan produknya. Hasil media promosi yang telah dibuat tersebut perlu dilihat daya terima dari media promosi tersebut terhadap penjualan produk makanan di Snack & Cookies Fio's. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif. Dimana penelitian ini mengenai daya terima dari media promosi Snack & Cookies Fio's. Data yang didapat dilakukan analisis dan diuraikan dalam bentuk deskriptif. Media promosi digital yang diterapkan pada Snack & Cookies Fio's, selama satu minggu dibuktikan dapat meningkatkan penjualan tidak hanya penjualan yang meningkat, pasar dari Snack & Cookies Fio's menjadi lebih meluas

Kata kunci : Media Promosi, Branding

PENDAHULUAN

Promosi adalah salah satu cara untuk memperkenalkan produk usaha kita. Dengan promosi maka produk akan lebih mudah dikenal masyarakat dan mudah mencapai ke target konsumen. Selain iklan digital, promosi dalam bentuk kemasan (packaging) juga dapat membantu sebagai media pendukung dalam promosi produk (Rahmawaty, 2021). Oleh karena itu promosi sangatlah penting bagi perkembangan sebuah usaha. Tidak ada bisnis yang sukses tanpa melakukan promosi.

Pada zaman modern ini, promosi tidak hanya dilakukan dari penyebaran kertas-kertas dijalan, pengiriman iklan dari rumah ke rumah, namun promosi media juga dilakukan dalam basis TI. Dalam rangka menghasilkan penjualan dan meningkatkan loyalitas di perlukan media promosi yang merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk mengiklankan suatu produk atau jasa. Promosi merupakan salah satu bagian yang sangat penting dan vital bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha perdagangan.

Snack & Cookies Fio's saat ini telah memiliki media promosi untuk mengiklankan produknya. Hasil media promosi yang telah dibuat tersebut perlu dilihat daya terima dari media promosi tersebut terhadap penjualan produk makanan di Snack & Cookies Fio's.

METODE

Penelitian ini akan melihat daya terima media promosi untuk Snack & Cookies Fio's. Hasil penelitian akan menghasilkan data daya terima dari media promosi yang digunakan sebagai alat dan sarana untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

1. Data Primer

Observasi, melakukan kegiatan pengumpulan data berdasarkan pengamatan langsung pada Snack & Cookies Fio's mengenai penjualan produk. Wawancara, melakukan wawancara langsung kepada 3 responden yaitu konsumen dari Snack & Cookies Fio's.

2. Data Sekunder

Pengumpulan informasi berupa data-data berupa literatur-literatur tentang fenomena terkait daya terima media promosi. Data sekunder ini digunakan untuk mendukung data primer yang telah ada.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif. Dimana penelitian ini mengenai daya terima dari media promosi Snack & Cookies Fio's. Data yang didapat dilakukan analisis dan diuraikan dalam bentuk deskriptif.

HASIL

Penelitian media promosi dilakukan di UKM Snack & Cookies Fio's berada di Jl. Bangka Raya, Gg. Amal 4 No.54 RT 002/011 Jakarta Selatan. Telp. 021 70511492, 081297245348. Kegiatan penelitian ini dilakukan pada bulan April hingga bulan Agustus 2021. Dengan produk media sebagai berikut:



Gambar 1. (Desain Poster 1)



Gambar 2. (Desain Poster 2)



Gambar 3. (Media Social TikTok)



Gambar 4. (Media Social Facebook)



Gambar 5. (Iklan Majalah)



Gambar 6. (Banner)



Gambar 7. (Desain Mug)



Gambar 8. (Desain Sticker)



Gambar 9. (Desain Packaging)



Gambar 10. (Desain Tote Bag)

Tabel 1. (Hasil Wawancara)

<u>Responden</u>	<u>Hasil Wawancara</u>
1	<u>Mengetahui produk Snack & Cookies Fio's dari Instagram, iklannya menarik membuat konsumen ingin membeli. Tampilan kontennya juga bagus. Konsumen beralamat di Klender Jakarta Timur, pengiriman menggunakan Gojek.</u>
2	<u>Mengetahui produk Snack & Cookies Fio's dari rekomendasi teman, pernah juga melihat konten promonya di TikTok. Konsumen beralamat di Mampang Jakarta Selatan, pengiriman diantar langsung oleh penjual.</u>
3	<u>Mengetahui produk Mengetahui produk Snack & Cookies Fio's dari Instagram, melihat testimoni pembeli membuat tertarik ingin membeli. Konsumen beralamat di Bekasi, pengiriman melalui Gojek sameday.</u>

Tabel 2. (Penjualan Produk)

<u>No</u>	<u>Waktu Penjualan</u>	<u>Hasil Penjualan /Pcs</u>	<u>Jumlah</u>
1	1-7 Agustus 2021	480 pcs	Rp. 5.100.000
2	9-14 Agustus 2021	672 pcs	Rp. 7.115.000

PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang didapat dari hasil observasi, penjualan Snack & Cookies Fio's mulai meningkat hingga 40% dari sebelumnya. Data penjualan dilakukan dalam satu minggu sebelum dan satu minggu setelah promosi digital dilakukan,

SIMPULAN

Berdasarkan data yang didapat dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa media promosi digital dapat berpengaruh pada penjualan UMKM di masa pandemi saat ini. Media promosi digital yang diterapkan pada Snack & Cookies Fio's, selama satu minggu dibuktikan dapat meningkatkan penjualan hingga 40%, tidak hanya penjualan yang meningkat, pasar dari Snack & Cookies Fio's menjadi lebih meluas tidak hanya sekitar Jakarta Selatan, melainkan sampai ke seluruh Jakarta hingga Bekasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya haturkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas terselesainya penulisan artikel penelitian ini. Dalam Mengerjakan Artikel Penelitian saya mendapatkan dukungan, masukan, dan dorongan dari berbagai pihak.

DAFTAR RUJUKAN

- Rahmawaty, D. (2021). The Influence of Product Packaging Design, Product Materials, Shop Service On Buying Decisions Al Insan Elemnetary Scholl Bekasi City. *NATURAISTIC: Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(2b), 903–910.
- Manzalina, Nur; Sufiat, Suryati; Kamal, Rahmi. 2019. Daya Terima Konsumen Terhadap Citarasa Es Krim Buah Kawista (*Limonia Acidissima*). Banda Aceh: Media Pendidikan, Gizi Dan Kuliner. Vol. 8, No. 2.
- Puspitarini, Dinda; Nuraeni, Reni. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada *Happy Go Lucky House*). Bandung: *Jurnal Common*. Vol. 3, No. 1.
- Rangkuti, Freddy. 2015. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setyanigsih, D; A. Apriyantono, M. P. Sari. 2010. Analisis sensori untuk Industri Pangan dan Argo. Bogor: IPB Press.