

Media Promosi Pada Snack & Cookies Fio's Di Jakarta Selatan Provinsi, DKI Jakarta

E Willy Margaretha^{1*)}, Amalia Pujianti Firdaus², Gama Septa Chandra³
Lidya Naloren⁴, Riry Ramadiana⁵ Sauvira Mutia⁶
Sekolah Tinggi Desain Interstudi

Abstract:

The culinary business, especially snacks and cookies, is one of the most popular businesses in society, so a business must continue to innovate. If two businesses or brands do not innovate, it will have a negative effect, one of which is a decrease in sales, this was felt by Fio's Snack & Cookies business, which experienced a decline in sales during the Covid-19 pandemic. After doing a SWOT analysis, this business has a weakness in the field of promotion, because the way of promotion is still conventional and does not keep up with the times. So it is necessary to design media promotion on Fio's Snack & Cookies. The media promotion created are divided into two. First, the main media promotion are banners, posters, magazines, Facebook, Instagram and TikTok. The two supporting promotional media are mugs, stickers, packaging and tote bags. With this media promotion, Fio's Snack & Cookies business can expand the target market and increase sales figures.

Key Words: Media Promotion, Culinary Business, Media Design

Abstrak:

Bisnis kuliner khususnya snack dan cookies salah satu bisnis yang banyak digeluti di masyarakat, sehingga sebuah bisnis harus terus melakukan inovasi. Jika duatu bisnis atau brand tidak melakukan inovasi maka akan berpengaruh negative salah satunya penurunan penjualan, hal tersebut dirasakan oleh bisnis Snack&Cookies Fio's yang mengalami penurunan penjualan di masa pandemi Covid-19. Setelah dilakukan analisis SWOT, bisnis ini memiliki kelemahan di bidang promosi, karna cara promosinya masih konvensional tidak mengikuti jaman. Sehingga perlu dilakukan perancangan media promosi pada Snack&Cookies Fio's. Media promosi yang dibuat terbagi dua. Pertama media promosi utama berupa banner, poster, majalah, Facebook, Instagram dan TikTok. Kedua medi promosi pendukung berupa mug, sticker, packaging dan totebag. Dengan adanya media promosi tersebut, bisnis Snack&Cookies Fio's dapat memperluas target pasar serta meningkatkan angka penjualan.

Kata Kunci: Media Promosi, Bisnis Kuliner, Desain Media

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. 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 (Rahmawaty, 2021).

Snack & Cookies Fio's masih kurang dikenal dan ingin dikenal. Masih belum ada Instagram khusus untuk media promosi produk tersebut dan masih belum aktif pada platform Online (misalnya Shopee dan Tokopedia). Dalam pandemi saat ini juga berdampak pada menurunnya penjualan produk Snack & Cookies Fio's, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Media Promosi Untuk Snack & Cookies Fio's dengan harapan rancangan media promosi ini dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Dengan memberikan edukasi tentang media promosi melalui media sosial dan *marketplace*, serta mendampingi dan membuat konten produk untuk mengenalkan produknya pada calon konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilakukan pada bulan April hingga bulan Agustus 2021. Kegiatan tersebut berlokasi di UKM Snack & Cookies Fio's berada di Jl. Bangka Raya, Gg. Amal 4 No.54 RT 002/011 Jakarta Selatan. Khalayak sasaran yang dituju dalam kegiatan ini terdiri dari 4 aspek:

1. Demografis:
 - a. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - b. Usia : 18-40 tahun
 - c. Pendidikan : SMA hingga S3
2. Geografis: Wilayah yang menjadi sasaran dari SNACK & COOKIES FIO'S adalah masyarakat kota Jakarta.
3. Psikografis: Pelajar/Mahasiswa cenderung menyukai hal yang praktis dan trendy, wanita karir pada umumnya sibuk, dinamis, independent. Serta ibu rumah tangga mengendalikan pembelian kebutuhan keluarga.
4. Strata Sosial : Menengah ke atas

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program adalah berperan aktif dalam setiap kegiatan yang di programkan dan sanggup mengimplementasikan hasil kegiatan. Waktu kegiatan untuk menghasilkan solusi masalah yang ditawarkan kepada mitra, disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No.	Nama Kegiatan	Waktu Kegiatan dan Keterangan
1.	Penetapan Judul Kegiatan	April 2021
2.	Analisis Produk	April-Mei 2021, melakukan analisis SWOT

		<ol style="list-style-type: none"> 1. Strengths (Kekuatan), Kelebihan dari Snack & Cookies Fio's menjual berbagai macam produk sehingga konsumen bisa memilih sesuai keinginannya. Dari harga cukup bagus dan terjangkau sesuai dengan bahan baku produk yang berkualitas (menjual produk untuk semua kalangan). Produk dibuat secara handmade dan tempatnya juga bersih. Dari segi rasa sangat enak dan produk juga terlihat menarik. Produk juga sudah tersedia di gofood dan grabfood sehingga memudahkan konsumen untuk membelinya. 2. Weakness (Kelemahan), Konsumen cake & cookies cukup besar dan tak terbatas mulai kalangan anak- anak hingga orang dewasa, apalagi zaman sekarang semua orang ingin yang instan dan tidak perlu repot- repot. Terlebih ketika moment mendekati lebaran permintaan Snack & cookies sangat tinggi. Snack & Cookies Fio's belum memaksimalkan promosi di sosial media, contohnya seperti Instagram. Produk berupa makanan sehingga tidak tahan lama. 3. Opportunities (Peluang), Dimana hampir setiap rumah penduduk selalu saja menyajikan Snack & Cookies dengan berbagai jenisnya. Snack & Cookies Fio's menerima pesanan untuk acara-acara tertentu misalnya acara keluarga, arisan dll. 4. Threats (Ancaman), Banyaknya yang menjual produk Snack & Cookies dengan harga yang sangat murah, supaya barangnya cepat laku. Munculnya Snack & Cookies yang berada di pasaran dengan menggunakan bahan pengawet , agar ketahanan pada kue kering lebih tahan lama lagi. Promosi penjual lain lebih kreatif. Adanya pedagang-pedagang yang menjual Snack & Cookies dengan cara berkeliling.
3.	Pembuatan Proposal	Mei 2021
4.	Persiapan Rebranding Desain Identitas Usaha	Juni 2021. Menentukan gagasan verbal (headline, bodycopy, tagline) dan kreatif visual (ilustrasi, typografi, skema warna, layout)
5.	Pelaksanaan Desain Media Promosi	Juni-Juli 2021, membuat sketsa tangan lalu di desain dengan komputer
6.	Proses Produksi Hasil Media Promosi	Juli 2021. Media promosi yang telah dibuat selanjutnya di distribusikan kepada masyarakat menggunakan media sosial dan <i>marketplace</i>
7.	Mendistribusikan Hasil Rancangan Media Promosi	Juli-Agustus 2021
8.	Penyelesaian Hasil Proposal	Agustus 2021

Rincian anggaran biaya dalam program Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat dijabarkan ke dalam beberapa komponen-komponen yang sangat menunjang keberhasilan kegiatan tersebut

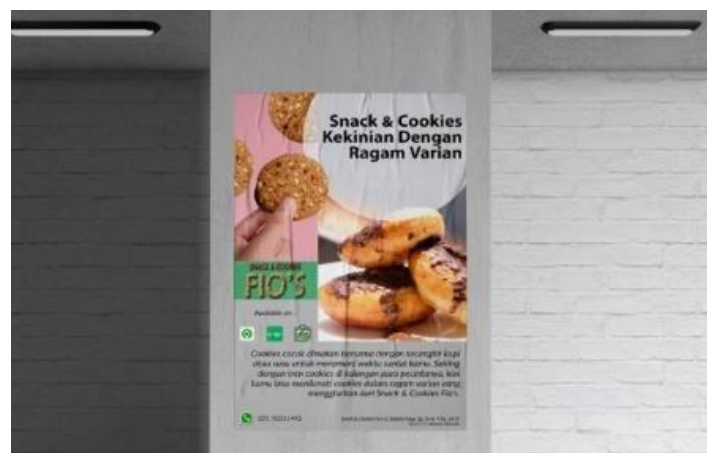
Tabel 2. Rincian Anggaran Biaya

NO	KEGIATAN	JUMLAH	BIAYA	TOTAL
1.	Skecthbook A3 untuk sketsa	4 lembar	4 x Rp 8000	Rp 32.000
2.	Cetak karya Art paper poster	5 Lembar	5 x Rp 20000	Rp 100.000
3.	Cetak Banner	4	4 x Rp 120.000	Rp 480.000
4.	Cetak Mug	4	4 x Rp 20.000	Rp 80.000
5.	Cetak Stiker	5x5 cm, 100 Pcs	2 x Rp 60.000	Rp 120.000
6.	Cetak Packaging	50 box	50 x Rp7.000	Rp 350.000
7.	Cetak Totebag	10	10 x Rp 15.000	Rp 150.000
8.	Cinderamata untuk owner	1 pack	1 x Rp. 300.000	Rp. 300.000
9.	Transport, konsumsi			Rp. 888.000
TOTAL			Rp 2.500.000	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Luaran PkM ini berupa desain media promosi untuk media utama berupa poster, banner, majalah, Instagram, Facebook serta TikTok. Selain itu kegiatan ini juga membuat desain promosi untuk media promosi pendukung berupa mug, stiker, packaging, dan totebag. Desain media promosi tersebut dapat direalisasikan dalam bentuk nyata di masyarakat. Sehingga jangkauan penjualan dari produk snack & cookies Fio's menjadi meluas serta dapat meningkatkan jumlah penjualan produk. Berikut ini simulasi dari rancangan desain media promosi yang telah dibuat:

- a. Simulasi karya media utama
 - Poster



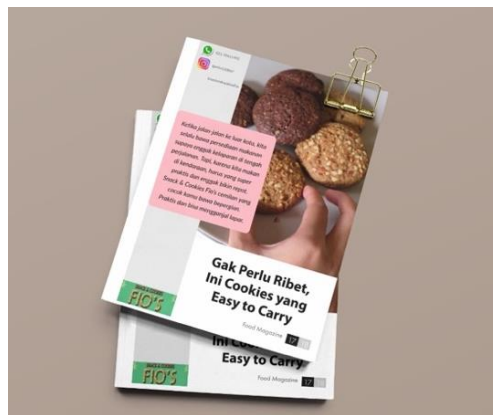
Gambar 1. Simulasi Karya Poster

- Banner



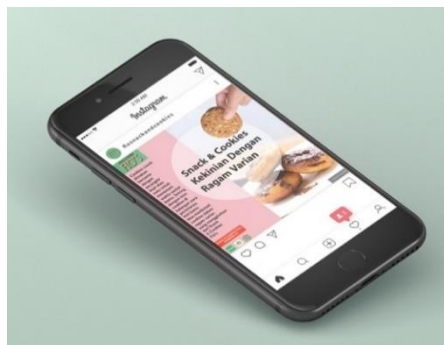
Gambar 2 Simulasi Karya Banner

- Majalah



Gambar 3. Simulasi Karya Majalah

- Instagram



Gambar 4. Simulasi Karya Instagram

- Poster Digital



Gambar 5. Simulasi Karya Poster Digital

b. Simulasi karya media pendukung

- Mug



Gambar 6. Simulasi Karya Mug

- Sticker



Gambar 7. Simulasi Karya Sticker

- Packaging



Gambar 8. Simulasi Karya Packaging

- Totebag



Gambar 9. Simulasi Karya Totebag

SIMPULAN

Media promosi untuk dalam penjualan ada berbagai macam yang dapat diterapkan oleh Snack & Cookies Fio's berdasarkan analisis SWOT. Pada media utama berupa poster, banner, majalah, Instagram, Facebook serta TikTok. Dan pada media promosi pendukung berupa mug, sticker, packaging, dan totebag. Desain media promosi tersebut direalisasikan dalam bentuk nyata di masyarakat. Sehingga kedepannya diharapkan dengan media promosi ini jangkauan penjualan dari produk snack & cookies Fio's menjadi meluas serta dapat meningkatkan jumlah penjualan produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini. Selain itu terimakasih juga kepada Sekolah Tinggi Desain Interstudi yang memberikan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan kegiatan PkM ini di masa pandemic Covid-19.

DAFTAR RUJUKAN

- Hakim, Aziz; Rahman, Yanuar. 2017. Perancangan Media Promosi Perusahaan Arnis Wigati (AW). Bandung: Demandia, Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan, Vol. 02, No. 01.
- Kesbir; Bramantijo; Susanto, Ryan. 2013. Perancangan Media Promosi Sitara Indian Restaurant. Surabaya: Jurnal DKV Adiwarna, Vol.1, No. 2.
- 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.
- Rangkuti, Freddy. 2015. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Shinta, Agustina. 2011. Manajemen Pemasaran, Edisi 1. Malang: Universitas Brawijaya Press