

VARIASI RASA DAN PROMOSI DI MEDIA SOSIAL PADA KERIPIK PISANG LESTARI

Ery Ginting Indrayana¹, Tika Dedy Prastyo², Septian Ditama³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Informatika STKIP PGRI Pacitan
e-mail: erygintingindrayana@gmail.com¹, yusr131@gmail.com²

Abstrak: Dalam pengembangan sebuah industri rumah tangga, perlu adanya sebuah inovasi dan variasi sehingga produk bisa bersaing di pasaran. Dengan adanya variasi, konsumen dapat membandingkan dan menyesuaikan minatnya terhadap sebuah produk yang akan dibeli. Tujuan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui variasi apa saja yang dilakukan oleh industri rumah tangga Keripik pisang lestari pada produk keripik pisangnya, dan mempromosikan produk keripik pisang di sosial media untuk meningkatkan penjualan. Pada penelitian ini, sosial media yang digunakan untuk promosi adalah facebook. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengambilan sampel secara random di sebuah toko retail. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara. Temuan penelitian ini menunjukkan tingkat ketertarikan konsumen terhadap keripik pisang lestari cukup tinggi setelah adanya varian rasa dan promosi, sehingga penjualan pada keripik pisang lestari dapat meningkat.

Kata Kunci : inovasi, industri rumah tangga, pemasaran digital

***Abstract:** In the development of the home industry, there needs to be innovation and variety so that the product can compete in the market. Consumers can compare and adjust their purchasing interests with variations in the product. The purpose of this study is to find out what variations are carried out by the Lestari banana chip home industry on its banana chip products and to promote banana chip products on social media to increase sales. In this study, the social media used for promotion is Facebook. This study used qualitative methods with random sampling in a retail store. Data collection techniques use observation and interview techniques. The findings of this study show that the level of consumer interest in Lestari banana chips is relatively high after the existence of flavor variants and promotions, so sales of Lestari banana chips can increase.*

Keywords: innovation, home industry, digital marketing

PENDAHULUAN

Dalam mengembangkan bisnis, perlu inovasi dan langkah strategis untuk mencapai target. Usaha Rumahan Keripik Pisang Lestari memulai usahanya di bidang produksi makanan ringan. Di perjalanan bisnisnya, usaha menemukan berbagai kendala seperti kurang dikenal konsumen dan penjualan yang rendah. Sehingga perlu adanya inovasi dalam produk dan promosi sehingga dikenal konsumen dan meningkatkan penjualan.

Penggunaan media sosial sebagai sarana informasi saat ini sangat efektif. Dengan mempromosikan produk di media sosial tentu sangat membantu untuk mengenalkan produk Usaha Rumahan Keripik Pisang Lestari ke konsumen luas.

METODE

Penelitian yang digunakan menggunakan metode kualitatif. Dimana prosedur ini menghasilkan temuan yang diperoleh melalui data-data yang dikumpulkan dengan beragam sarana, antara lain wawancara, pengamatan, dokumen atau arsip, dan tes

(Nugrahani, 2014:9). Objek yang diteliti adalah produk dari Keripik Pisang Lestari, yaitu keripik pisang manis dan keripik pisang gurih, serta tingkat promosi di media sosial. Subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha Keripik Pisang Lestari. Tempat penelitian berada di Pusat Oleh-oleh Khas Pacitan.

Pada penelitian ini media sosial yang digunakan adalah *Facebook*. Pemilihan *facebook* sebagai media sosial promosi karena eksistensinya yang sampai saat ini masih banyak digunakan oleh masyarakat, dan mudahnya akses untuk menggunakan media sosial tersebut.

Teknik pengumpulan data berupa angket(kuesioner), adapun yang menjadi responden adalah konsumen dari produk Keripik Pisang Lestari, dengan jumlah responden 50 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan korelasi person ada 10 butir pernyataan dalam kuesioner yang digunakan. Untuk mengetahui tingkat promosi dan ketertarikan varian rasa pada Keripik Pisang Lestari, diberikan kepada 50 responden.

Tabel Pertanyaan Kuesioner

No	Pertanyaan
1	Saya sebelumnya sudah mengenal produk keripik pisang lestari.
2	Saya mendapat informasi produk keripik pisang lestari di media sosial.
3	Keripik pisang renyah
4	Varian keripik pisang rasa manis menarik
5	Varian keripik pisang rasa gurih menarik
6	Kemasan yang digunakan menarik
7	Kemasan yang digunakan sesuai untuk makanan keripik
8	Saya tertarik untuk membeli produk keripik pisang manis
9	Saya tertarik untuk membeli produk keripik pisang gurih
10	Harga per kemasan keripik tidak mahal

Setiap item dalam angket ini memiliki alternatif jawaban dan juga skor nilai. Skor nilai juga didapat dari jawaban tersebut. Dalam penentuan skor ini ada berbagai skala untuk menentukannya.

Tabel Penentuan Skor Jawaban

Item Jawaban Angket	Bobot Nilai	
	Positif	Negatif
SS : Sangat Setuju	5	1
S : Setuju	4	2
RG : Ragu-Ragu	3	3
TS : Tidak Setuju	2	4
STS : Sangat Tidak Setuju	1	5

Dari 10 butir pernyataan setelah dilakukan uji validitas, semua pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan.

Tabel Hasil Uji Validitas

r_{xy}	0,408585	0,721855	0,764078	0,834857	0,655293	0,808594	0,782076	0,884151	0,667339	0,730517
hitung	3,101452	7,226641	8,2057	10,50757	6,010267	9,521433	8,69468	13,11122	6,208041	7,411343
Kritikal (95%,47.5)	0,527976									
KETERANGAN	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID

Untuk mengetahui indeks reliabilitas instrument, diperoleh indeks reliabilitas diatas 0,7. Sehingga pernyataan layak untuk digunakan.

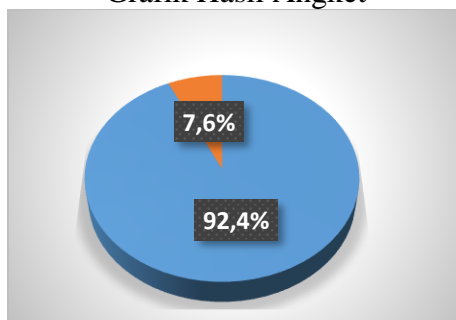
Tabel Hasil Uji Reliabilitas.

Nilai Acuan	Nilai Cronbach's Alpha	Kesimpulan
0,7	0,89157	RELIABEL

PEMBAHASAN

Hasil dari data kuesioner dapat diambil kesimpulan bahwa responden yang menyatakan setuju sebanyak 92,4% dan yang menyatakan tidak setuju atau ragu-ragu sebanyak 7,6%. Jadi data hasil penyebaran angket (kuesioner) menyatakan bahwa variasi rasa dan dampak promosi keripik pisang lestari sudah baik sehingga dengan adanya promosi dapat meningkatkan penjualan. Hal ini diketahui dari hasil responden yang menyatakan setuju lebih banyak dari responden yang menyatakan tidak setuju atau ragu-ragu.

Grafik Hasil Angket



SIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi, proses promosi menggunakan jejaring sosial facebook. Dan proses promosi tersebut dapat dikategorikan ringan karena peneliti memanfaatkan fitur Marketplace. Selain itu, pengguna aktif facebook juga banyak, mengingat eksistensi jejaring sosial facebook hingga saat ini.

Sesuai data yang diperoleh peneliti dari 10 soal yang disebarakan menggunakan metode wawancara dan angket (kuesioner), ada 5 soal yang menyatakan kelayakan analisis varian rasa dan dampak promosi. Dari kelima soal tersebut diketahui bahwa responden yang menyatakan setuju sebanyak 92,4% dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7,6%. Dari data tersebut dapat dinyatakan bahwa dalam proses promosi dinyatakan berhasil dan varian rasa bisa diterima di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Nugrahani,F.(2014). Metode Penelitian Kualitatif Dalam penelitian Pendidikan Bahasa. Surakarta.
- Budiyono.(2003). Metodologi Penelitian Pendidikan. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Boediono.(2009). Uji Relibilitas. Jakarta:Gramedia.

