

BAB IV

ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum ROULé

ROULé adalah merek atau brand dari suatu usaha kecil dan menengah yang telah berdiri sejak April 2016 lalu. Pemilik usaha ini adalah Billy Tanius yang merupakan seorang pengajar di salah satu universitas di Jakarta, Podomoro University. Billy Tanius memasarkan usahanya melalui media sosial seperti Instagram. Selain itu, update dari teman ke teman melalui WhatsApp juga sangat membantu akan peningkatan pemesanan ROULé. Penggunaan sosial media ini lah yang membuat jangkauan pasar jauh lebih luas, tidak hanya disekitar Podomoro University ataupun teman-teman sendiri.

ROULé sendiri menjual produk makanan berupa kue. Awalnya ROULé hanya menjual *Roll Cake*, *Cup Cake*, dan Kue Jadul namun berseiring waktu ROULé mulai menerima pemesanan berdasarkan permintaan dari para *customer*. Dimana permintaan para *customer* ROULé beraneka ragam diantaranya sebagai berikut :

- *Coffee Break*,
- *Dessert Table for kids*,
- *Kid Birthday*,
- *Birthday Cake*,
- *Custom Birthday Cake*,
- *Wedding Dessert Cake*,
- *Wedding Cake*.

Hal ini juga yang menyebabkan target pasar ROULé lebih condong terhadap suatu *event* tertentu, *meeting*, *wedding*, dan tentunya *birthday event* selagi semua itu *by request* . Dikarenakan ROULé sudah cukup dikenal di beberapa kalangan, ROULé meminimumkan 1 kali update pada Instagram

disetiap harinya. Selain itu ROULé juga pernah menggunakan suatu jasa berupa *blogger* untuk memasarkan produknya dan berdampak cukup baik. Berikut beberapa hal yang terus diperhatikan oleh ROULé untuk menyesuaikan standarnya yaitu :

- *food hygiene* sangat penting,
- penggunaan *packaging* yang aman buat kue,
- *packaging* yang tebal dalam artian tidak berbahan murah.
- Selalu berlabel logo ROULé
- Dan pemilihan warna *packaging* yang tidak mencolok / *colorfull*.

4.2 Profil Responden

Penelitian ini menghasilkan data atau informasi tambahan untuk pemahaman penulis akan hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik yang terdiri dari :

4.2.1 Usia Responden

Adapun perolehan data mengenai usia customer ROULé yang menjadi responden sebagai berikut:

Tabel 4.1
Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase
15 - 20 Tahun	7	23,30%
21 - 25 Tahun	21	70%
26 - 30 Tahun	1	3,30%
> 30 Tahun	1	3,30%

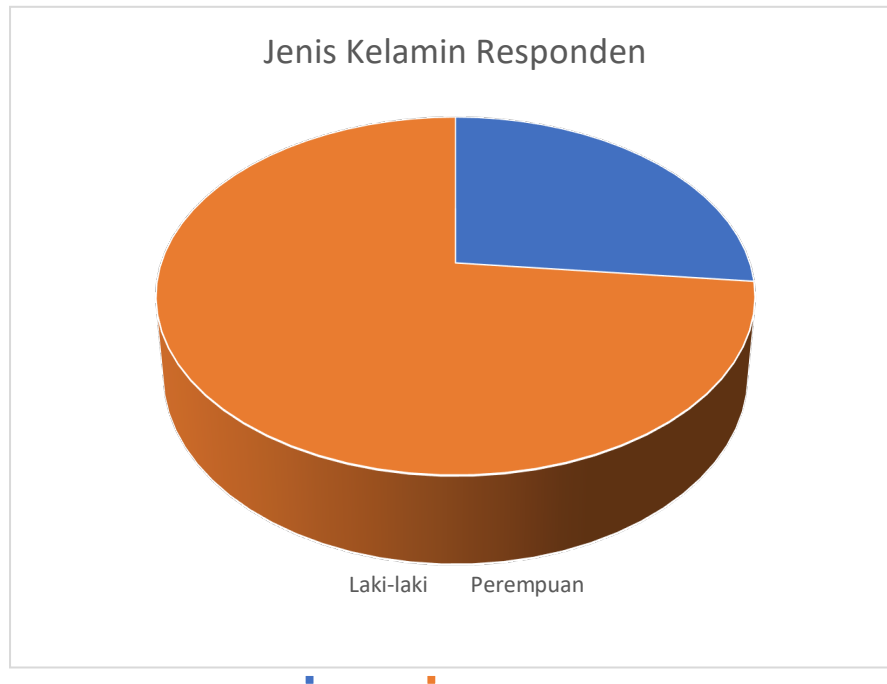
Sumber : data yang didapat,2020

Berdasarkan tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa customer ROULé sebagian besar berusia 21-25 tahun. Dimana untuk customer yang

berusia dari 15-20 tahun ada sebanyak 7 orang, sedangkan yang berusia 26-30 tahun sebanyak 1 orang dan lebih dari 30 tahun sebanyak 1 orang.

4.2.2 Jenis Kelamin Responden

Adapun perolehan data mengenai jenis kelamin customer ROULÉ yang menjadi responden sebagai berikut:



Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan gambar diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *customer* ROULÉ sebagian besar berjenis kelamin perempuan dengan sebanyak 22 orang responden. Sedangkan, 8 orang responden berjenis kelamin laki-laki. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
---------------	------------------	------------

Laki-laki	8	26,67%
Perempuan	22	73,33%

Sumber : data yang didapat,2020

4.3 Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran yang dilakukan ROULé terhadap AIDA dan bagaimana persepsi pembeli terhadap pemasaran yang dilakukan ROULé dengan 4 variabel pengukuran diantaranya kualitas produk, konsisten, pelayanan, dan harga.

4.3.1 Hasil Wawancara Dengan Billy Tanius

Wawancara terhadap pemilik usaha ROULé ini dilakukan dengan tujuan mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Billy Tanius untuk usaha kecil dan menengah. Adapun hasil yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.3
Hasil Wawancara Billy Tanius

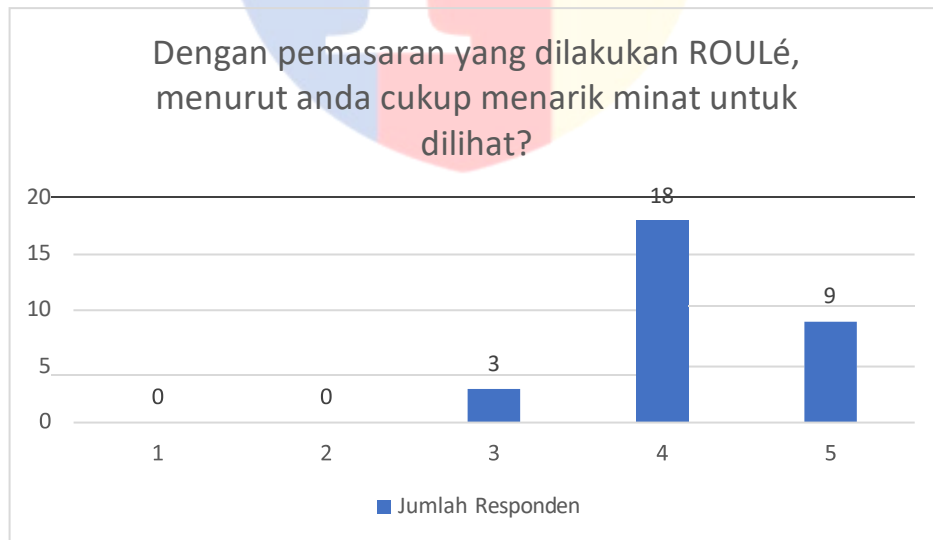
Pertanyaan	Jawaban
Sudah berapa lama usaha anda berdiri? Dan sejak kapan berdirinya usaha ini?	ROULé sudah ada sejak April 2016 yang berarti sudah 4 tahun berdiri.
Apa saja yang ROULé tawarkan?	Karena ROULé <i>basenya cake</i> , pertama <i>roll cake</i> dan kue jadul. Tetapi seiring dengan permintaan <i>customer</i> ROULé melayani kayak <i>coffe break</i> , <i>dessert table</i> buat anak kecil, <i>kids birthday</i> , orangtua <i>birthday</i> sama <i>wedding dessert table</i> , terus berlanjut sampe ke <i>wedding cake</i> , <i>custom cake</i> , <i>custom birthday cake</i>

<p>Bagaimana strategi yang anda lakukan dalam pemasaran usaha ini? Melalui <i>online</i> atau lainnya? Jika online media apa saja itu?</p>	<p>Tentunya <i>online</i> melalui Instagram atau WhatsApps dan bisa juga <i>update</i> dari teman ke teman sehingga bisa memesan secara langsung.</p>
<p>Siapa yang menjadi sasaran/target pasar usaha anda?</p>	<p>Untuk sekarang target pasar usaha ROULÉ lebih ke orang-orang <i>event / meeting/ wedding</i>, dan <i>Birthday</i>.</p>
<p>Konten seperti apa yang anda lakukan dalam melakukan pemasaran melalui Instagram ini?</p>	<p>kita harus konsisten dalam melakukan pemasaran terlebih bila kita menggunakan media sosial sebagai media pemasaran. Seperti menetapkan minimum meng-<i>update</i> sebanyak 1 kali dalam sehari.</p>
<p>Apa saja yang anda perhatikan dalam melakukan pemasaran usaha ini?</p>	<p>Tetap dengan standart <i>food hygiene</i> pastinya, kemudian menggunakan <i>packaging</i> yang aman khusus makanan, dan pemilihan warna yang tidak norak atau <i>colorfull</i>. Tidak lupa selalu memberi logo ROULÉ untuk memberikan identitas produk tersebut.</p>
<p>Apa saja kendala yang anda hadapi dalam melakukan pemasaran secara online?</p>	<p>Karena semua dilakukan sendiri kendalanya saat ketika saya membuat produk dan jarang membuka hp sehingga proses membalas order customer menjadi lama atau mungkin akan dibalas setelah saya sudah kelar membuat produk.</p>
<p>Menurut anda, apa usaha anda sudah cukup dikenal karena menggunakan pemasaran online ini?</p>	<p>Menurut saya belum juga, karena kebanyakan ROULÉ lebih cepat dikenal dari mulut ke mulut karena kenalan saya dan mungkin karena saya belum menggunakan Instagram Add untuk memperluas pemasaran saya.</p>
<p>Apakah Penjualan tiap bulan mengalami perubahan?</p>	<p>Tentu ada turun dan naik. Dimana, kenaikan pemesanan pada ROULÉ apabila sedang terjadi event seperti lebaran, imlek, dan natal.</p>

<p>Bagaimana cara anda mempertahankan usaha anda supaya terus dikenal atau terus meningkat ?</p>	<p>Keep fresh dengan membuat produk 1 hari sebelum event diadakan, keep good quality, dan Keep produk yang tetap sama dalam artian rasa tidak mengalami perubahan. Dimana perubahan rasa ini mungkin terjadi karena semisal supplier sedang khabisan barang maka saya akan tetap mencari bahan yang tetap sama walau harus dengan harga yang berbeda maupun supplier lainnya.</p>
<p>Apakah anda pernah menerima complaint? Jika ada, apa itu?</p>	<p>Ada, dimana saat itu ada order dan sudah full payment akan tetapi produknya tidak diambil. Hal ini dikarena customer tersebut merasa orderannya tidak sama padahal sebelumnya saya sudah komfirmasi terlebih dahulu dan sudah disukai oleh customer. sehingga setelah itu akun instagram saya diblock dan saya juga tidak bisa menghubunginya. Gatau apakah hal ini akan berdampak negatif apa tidak.</p>

Sumber : data yang didapat,2020

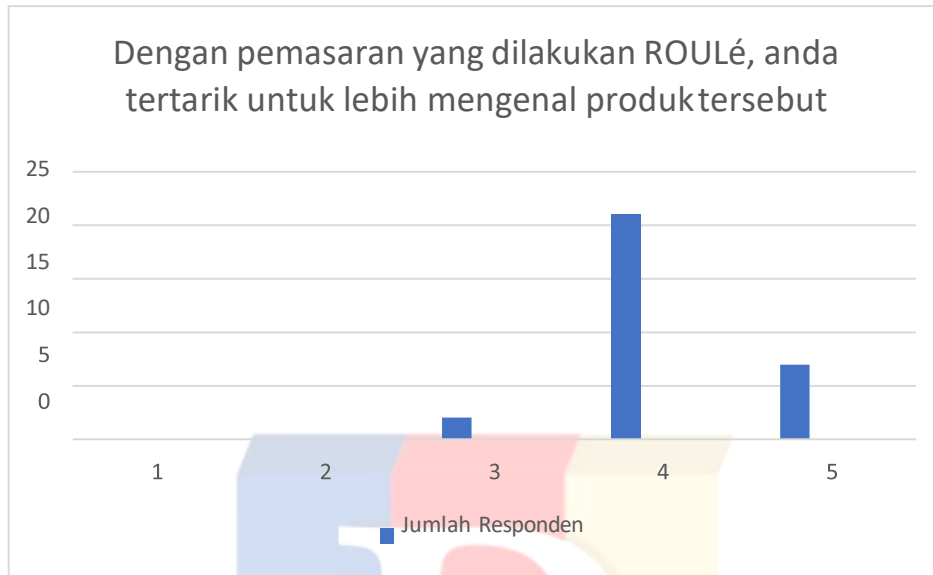
4.3.2 Temuan Penelitian



Gambar 4.2 Grafik Hasil Kuesioner 1

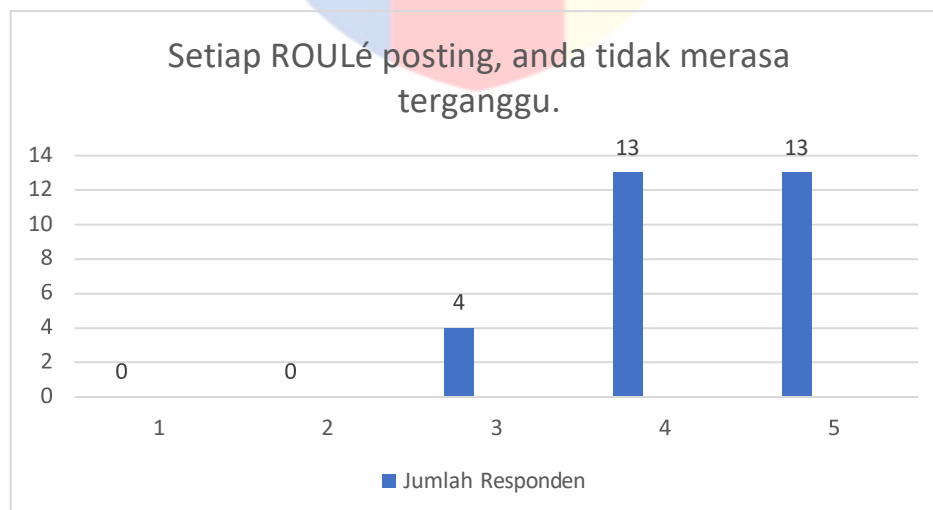
Berdasarkan gambar diagram diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa customer ROULÉ sebanyak 18 responden merasa setuju bahwa pemasaran

yang dilakukan ROULé cukup menarik minat, kemudian sebanyak 9 responden merasa sangat setuju dan 3 reponden merasa cukup setuju.



Gambar 4.3 Grafik Hasil Kuesioner 2

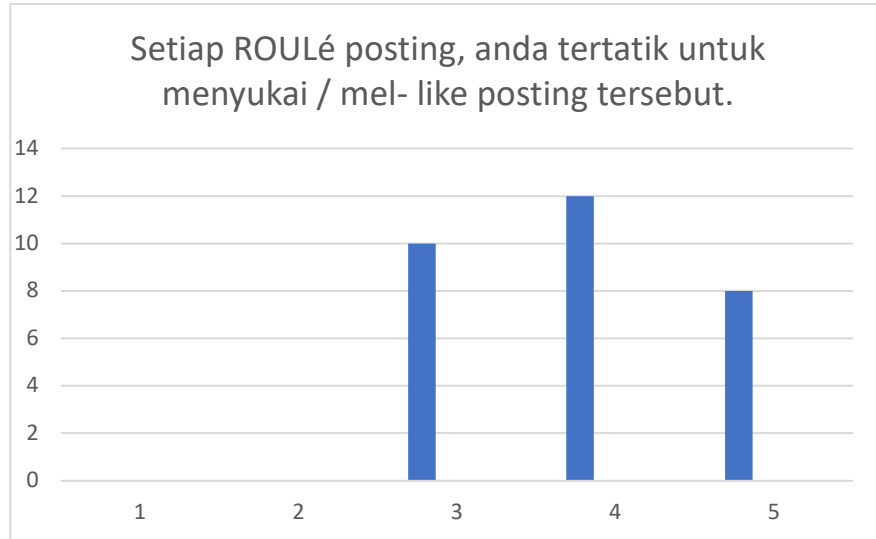
Berdasarkan gambar diagram diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *customer* ROULé sebanyak 21 responden merasa setuju bahwa pemasaran yang ROULé lakukan membuat para *customer* tertarik dan ingin lebih mengenal produknya, kemudian sebanyak 7 responden merasa sangat setuju dan 2 reponden merasa cukup setuju.



Gambar 4.4 Grafik Hasil Kuesioner 3

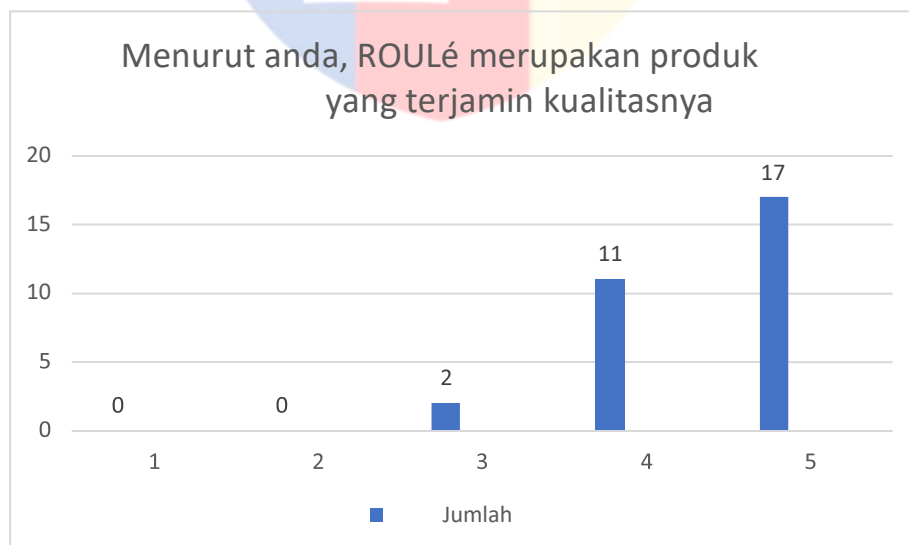
Berdasarkan diagram diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *customer* ROULé sebanyak 13 responden merasa setuju dan sangat setuju

bahwa setiap ROULé memposting atau melakukan pemasarannya para *customer* tidak merasa terganggu sama sekali. Sedangkan sebanyak 4 responden merasa cukup setuju.



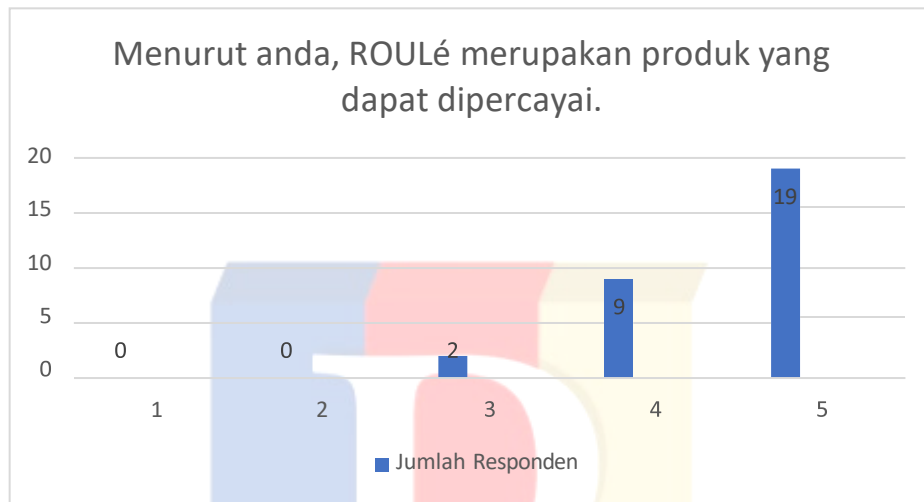
Gambar 4.5 Grafik Hasil Kuesioner 4

Berdasarkan diagram diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *customer* ROULé sebanyak 12 responden merasa setuju dan sebanyak 10 responden cukup setuju bahwa setiap ROULé memposting atau melakukan pemasarannya para *customer* akan tertarik untuk menyukai postingan tersebut. . Sedangkan sebanyak 8 responden merasa sangat setuju.



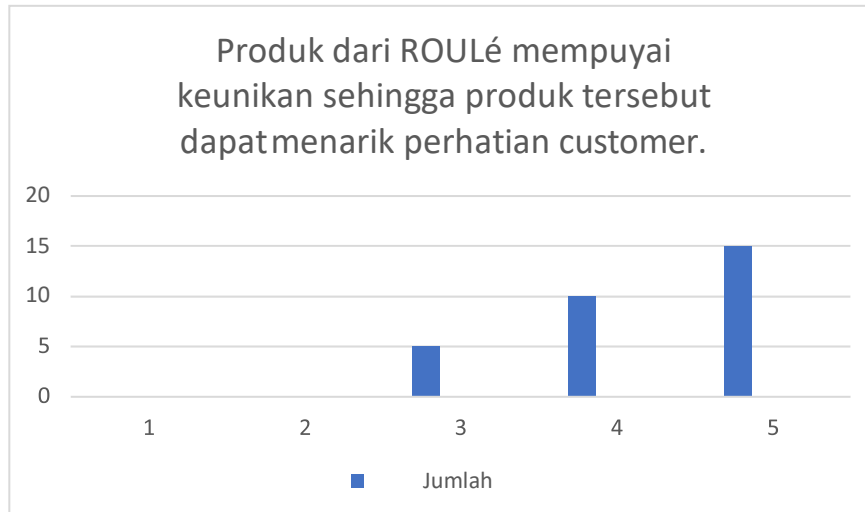
Gambar 4.6 Grafik Hasil Kuesioner 5

Berdasarkan gambar diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *customer* ROULÉ sebanyak 17 responden merasa sangat setuju sedangkan sebanyak 11 responden merasa setuju dan 2 responden merasa cukup setuju. Hal ini karena ROULÉ merupakan produk yang terjamin kualitasnya dimana beberapa faktor lain juga mempengaruhinya seperti pelayanan, harga dan konsisten dari ROULÉ sendiri.



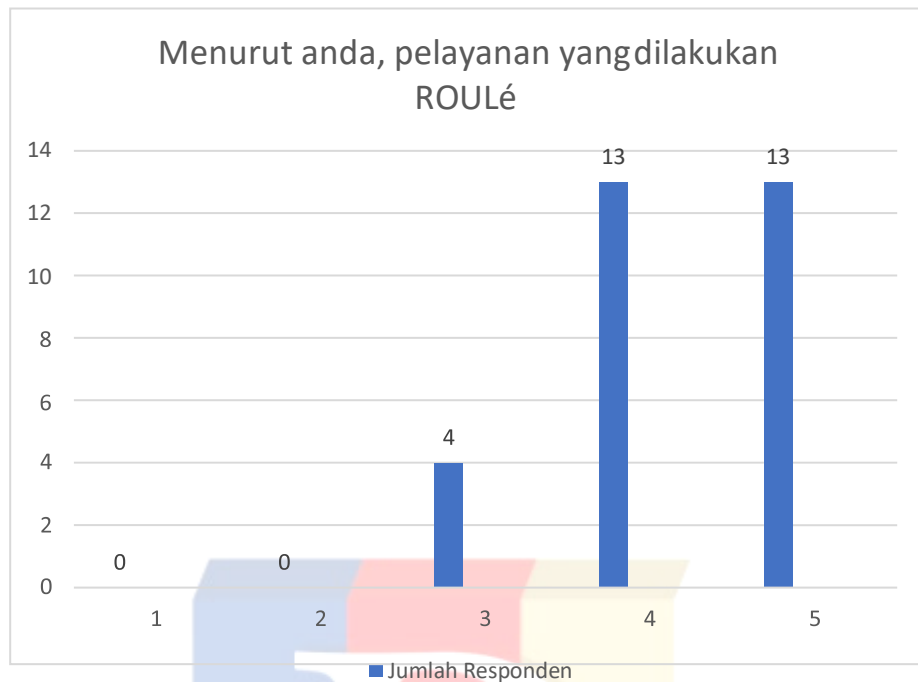
Gambar 4.7 Grafik Hasil Kuesioner 6

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa *customer* ROULÉ sebanyak 63,3% responden merasa sangat setuju bahwa ROULÉ merupakan produk yang dapat dipercayai sehingga customer merasa aman untuk membeli produk tersebut. Sedangkan sebanyak 30% responden merasa setuju dan 6,7% responden merasa cukup setuju. Hal ini dapat terlihat dan dirasakan oleh customer dari kualitas produk itu sendiri ataupun pelayanan yang dilakukan ROULÉ baik.



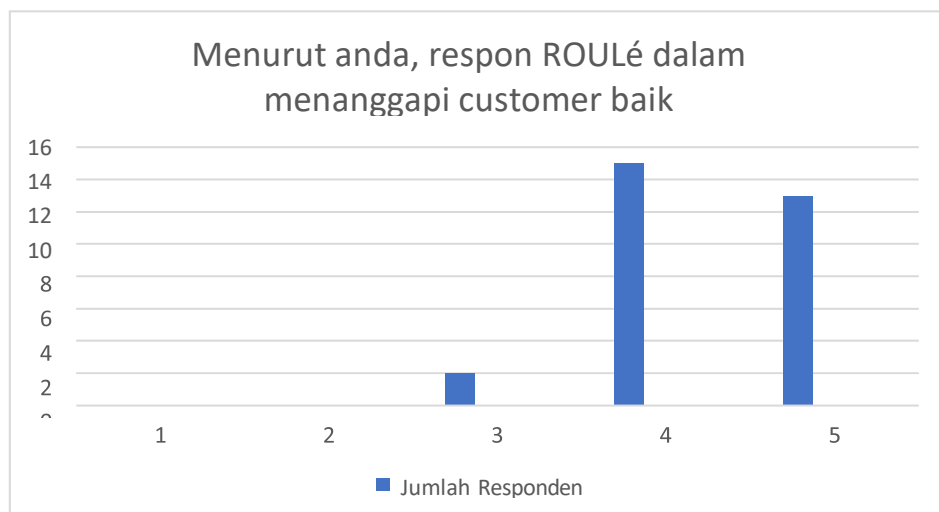
Gambar 4.8 Grafik Hasil Kuesioner 7

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa *customer* ROULé sebanyak 15 responden merasa sangat setuju bahwa ROULé memiliki keunikan. Sedangkan sebanyak 10 responden merasa setuju dan 5 responden merasa cukup setuju. Keunikan yang dimiliki ROULé ini yang membuat customer merasa tertarik untuk memesan. Keunikan inilah yang berhubungan dengan kualitas produk dan konsisten dari ROULé. Karena tanpa kualitas yang baik, keunikan ataupun konsisten terhadap produk tersebut tidak berarti apa-apa.



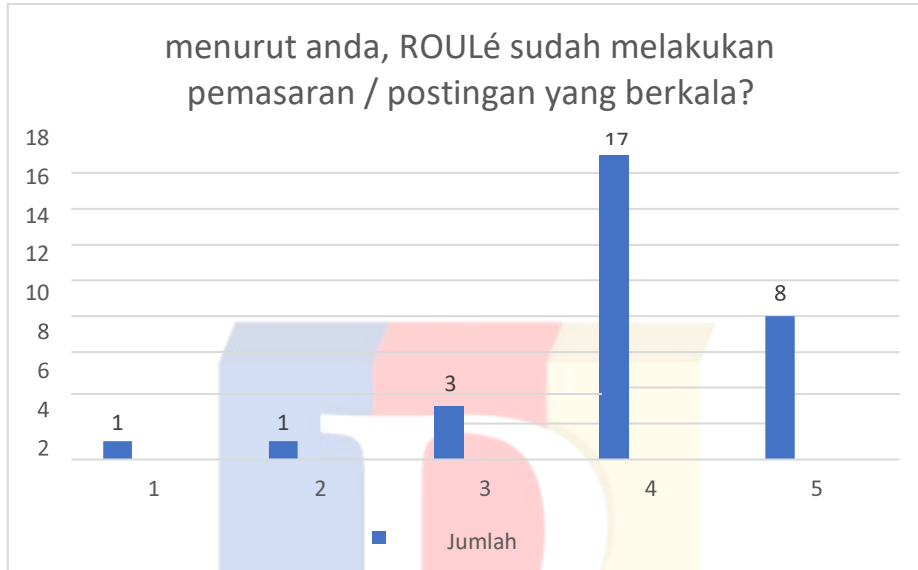
Gambar 4.9 Grafik Hasil Kuesioner 8

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa *customer* ROULÉ sebanyak 13 responden merasa sangat setuju dan setuju dengan pelayanan ROULÉ sangat baik. Dimana, dengan 4 responden merasa cukup setuju akan pelayanan yang dilakukan ROULÉ baik. Pelayanan yang baik tentu akan membuat para calon *customer* merasa dilayani dengan baik juga dan tentunya tidak menutup kemungkinan *customer* tersebut akan terus memesan atau menjadi pelanggan tetap.



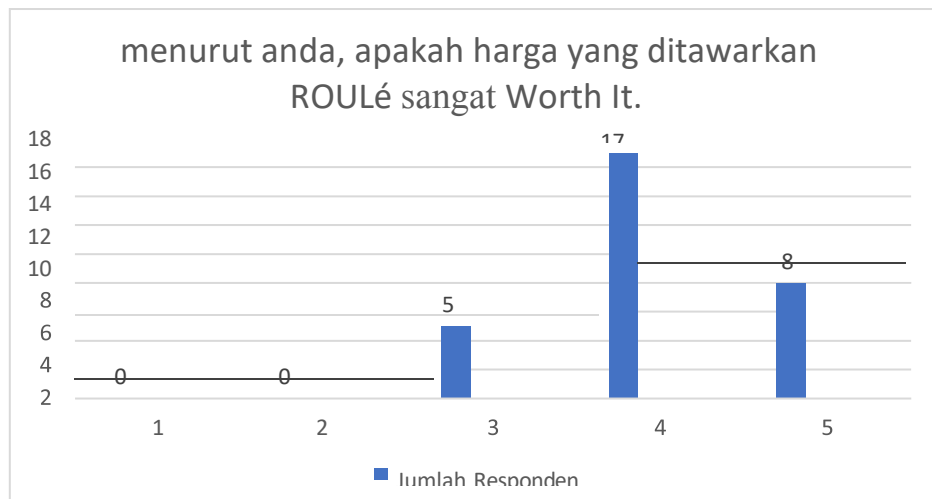
Gambar 4.10 Grafik Hasil Kuesioner 9

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa *customer* ROULé sebanyak 15 responden merasa setuju dan sebanyak 13 sangat setuju dengan respon dari ROULé dalam menanggapi *customer* baik. Dimana, dengan 2 responden merasa cukup setuju akan hal tersebut. Respon ini lah yang dimaksud salah satu perilaku dalam pelayanan yang baik.



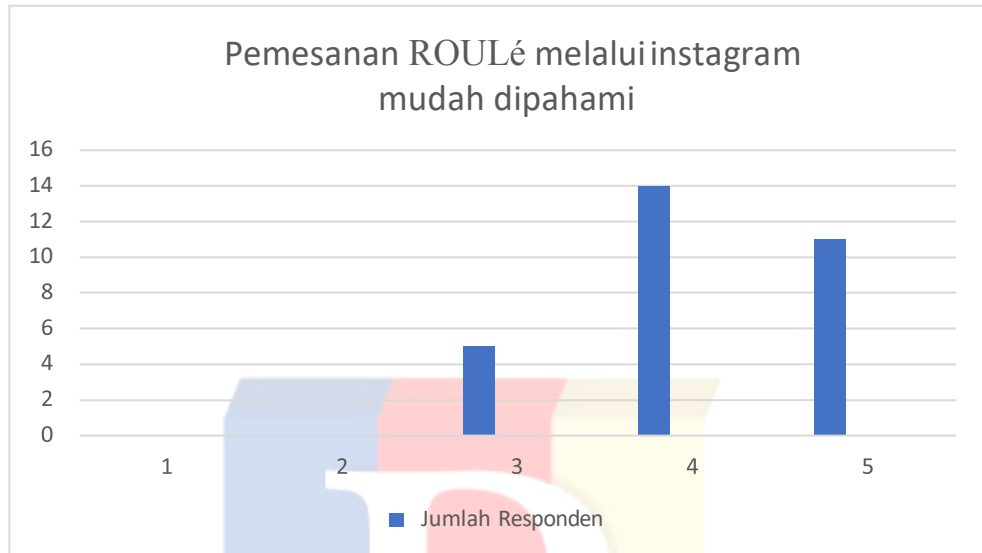
Gambar 4.11 Grafik Hasil Kuesioner 10

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa *customer* ROULé sebanyak 17 responden merasa setuju, lalu sebanyak 8 sangat setuju, dan 3 responden merasa cukup setuju. akan tetapi, terdapat 1 responden merasa tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan ROULé sudah melakukan pemasaran yang berkala. Hal ini mungkin terjadi dikarenakan perbedaan persepsi tiap responden.



Gambar 4.12 Grafik Hasil Kuesioner 11

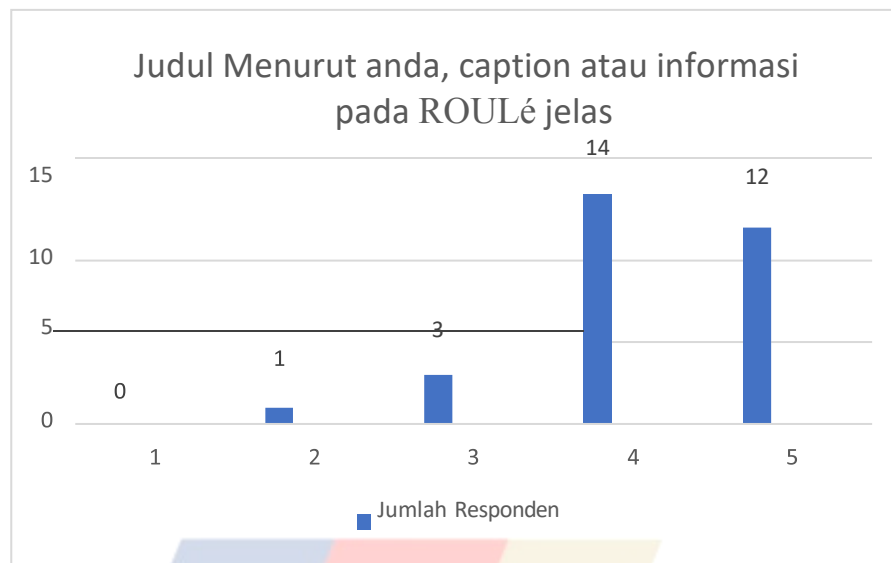
Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa *customer* ROULé sebanyak 17 responden merasa setuju, lalu sebanyak 8 sangat setuju, dan 5 responden merasa cukup setuju dengan harga ROULé termasuk worth



it. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh kualitas, pelayanan, dan konsistensi yang ROULé terus jaga.

Gambar 4.13 Grafik Hasil Kuesioner 12

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa *customer* ROULé sebanyak 14 responden merasa setuju, lalu sebanyak 11 sangat setuju, dan 5 responden merasa cukup setuju dengan pemasaran yang dilakukan ROULé mudah dipahami.



Gambar 4.14 Grafik Hasil Kuesioner 13

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa *customer* ROULé sebanyak 14 responden merasa setuju, lalu sebanyak 12 sangat setuju, dan 3 responden merasa cukup setuju dengan informasi yang diberikan ROULé jelas. Akan tetapi terdapat 1 responden merasa tidak setuju dengan ha tersebut. Dimana, kejelasan informasi dapat mempengaruhi segala aktifitas dalam ROULé contohnya seperti proses pemesanan hingga pengiriman produk.

Tabel 4.4
Saran

Terus berkembang mengikuti zaman.	1
Adakan cashback atau promo	2
Lebih sering lagi postnya	1
Buatlah paket untuk dessert table	1
Disarankan untuk menggunakan Instagram Ads	1
Give more information about product like size or customer view.	2
Need to be highlighted the uniqueness of ROULé	1
Lebih banyak lagi buat productnya	6

Edit foto agar lebih menarik	2
Pertahankan !	13
TOTAL	30

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa *customer* ROULé sebanyak 13 responden merasa ROULé sudah menjadi produk yang baik walau ada 6 responden merasa produk ROULé masih kurang banyak. Dan beberapa responden berharap ROULé menyediakan promo harga dan kelengkapan informasi pada setiap foto yang di publis seperti ukuran produk.

4.4 Pembahasan

Hasil dari wawancara tersebut penulis dapat mengetahui segala sesuatu yang berhubungan dengan pemasaran yang dilakukan usaha kecil dan menengah khususnya menggunakan media sosial Instagram. Dimana media sosial Instagram ini bukan merupakan satu-satunya media yang digunakan Billy Tanius dalam memasarkan ROULé. Akan tetapi Instagram ini dibantu dengan media sosial WhatsApps. Dimana, system pemesanan ROULé bisa dapat melalui WhatsAppagar lebih mudah bagi pemilik ataupun calon pembeli. ROULé sendiri telah berdiri sejak 2016 dimana pada saat itu Instagram sudah mulai banyak dikenal diberbagai kalangan.

Pemasaran yang dilakukan ini berawal dari memperkenalkan produk ROULé kepada kalangan teman, lalu kemudian memasarkan produk via media sosial Instagram. Tidak hanya itu ROULé juga pernah mencoba menggunakan jasa blogger untuk dapat memperluas jangkauan pasar dan hasilnya baik dengan peningkatan angka *followers* di Instagram ROULé. . Kini pengikut akun ROULé di Instagram sudah mencapai 269. Selain itu, ROULé ingin menggunakan aplikasi Instagram Add untuk memaksimalkan pemasaran melalui Instagram akan tetapi hingga sekarang ROULé belum. Pemilik ROULé ini harus selalu aktif mengupdate agar pemasaran mencapai target yang diinginkan. Walau semua dikerjakan sendiri pemilik usaha ini tidak merasa kesulitan terkecuali saat dia harus membalas pesan disaat dia juga membuat orderan.

ROULé juga memperhatikan beberapa hal yang dianggap penting dimana tentunya hal ini berada sebelum maupun setelah memiliki pasar atau

target. Salah satunya seperti tetap menjaga kualitas produk yang sama atau dengan kata lain konsisten. Konsistensi usaha ini tentunya membuat *customer* jadi memiliki sifat percaya akan produk yang dikarekan kualitas produk ROULÉ itu sendiri, sehingga tidak menutup kemungkinan customer ingin memesan kembali produk tersebut.

Pelayanan yang dilakukan ROULÉ juga tidak diragukan lagi. Pelayanan yang ramah dan baik dalam meanggapi permintaan *customer* tentunya membuat *customer* merasa senang dan puas. Menurut Aryadji (2019) kualitas pelayanan merupakan startegi pemasaran yang paling penting karena hal ini sangat dapat mempegaruhi keputusan pelanggan agar tetap menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan atau tidak dimasa yang akan datang. Selain itu dengan menjaga kualitas layanan yang konsisten tentunya akan membuat pelanggan percaya dan memilih untuk menggunakan jasa atau produk kita dilain hari. Untuk harga, para pembeli tentunya merasa *worth it* karena harga tidak akan membohongi produk. Dengan ini semua Billy Tanius dapat merasa percaya diri untuk terus memasarkan kepada target pasar yang lebih luas.

Pemasaran melalui Instagram yang dilakukan ROULÉ ini sangatlah mudah karena usaha ini memposting produknya minimal 1 kali per hari. Akan tetapi ini tergantung adanya pemesanan atau tidak juga. Selain itu dalam postingan tersebut harus berisikan informasi penting yang menjelaskan secara rinci namun tetap mudah dimengerti. Selain itu terjalannya 4c yaitu komunikasi antar satu sama lain, *collaboration*, *connection* , dan context. Sangat mempengaruhi persepsi dan keputusan calon pembeli. Hasil ini sesuai dengan salah satu penelitian yang telah dilakukan oleh Jovita dan Deruu (2017) tentang media sosial Instagram dijadikan sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. Selain itu, penelitian lain yang dilakuka Hamidi yang meneliti Efektivitas Promosi Online dalam Pengambilan Keputusan oleh Konsumen .

Konsumen ROULÉ menyatakan bahwa desain ROULÉ menarik minat. Hal ini dikarenakan komposisi warna dan variasi penataan gambar dan informasi yang ideal. Dengan penuturan Billy Tanius yang menyatakan

bahwa desain produk ROULé bisa sesuai selera *customer* ataupun miliknya sendiri. Desain yang dipilih oleh para pembeli tentunya akan dicocokkan dengan warna pada setiap kotak packaging maupun tatakan kue tersebut. Dari pemilihan warna tersebut Billy Tanius tidak akan memilih warna yang mencolok melainkan lebih ke *nude*. Foto-foto yang ditampilkan didalam Instagram ROULé merupakan produk yang sudah ROULé pasarkan berikut beberapa contohnya :



Gambar 4.15 Chinese New Year ROULé



Gambar 4.16 Wedding Cake ROULé



Gambar 4.17 Birthday Cake ROULé

Dalam kaitan promosi produk, penataan ini lah yang sesuai dengan pendapat Listyawati (2016) dimana dia menyatakan bahwa konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan banyak dipengaruhi oleh persepsinya terhadap promosi dan desain dari produk tersebut.

Hal ini juga yang mempengaruhi 4 proses perubahan kesadaran merek terhadap calon pembeli. Dimana empat proses itu adalah *Attention, Interest, Desire, and Action*. Tanpa adanya keempat proses ini, customer tidak akan pernah sampai ke proses membeli suatu produk. Dengan kata lain pemasaran suatu produk yang menarik sangatlah penting namun tetap harus diimbangi dengan kualitas yang bagus, pelayanan yang bagus, harga yang *worth it*, dan adanya konsistensi dalam suatu produk. Pembeli produk ROULé ini mayoritas adalah perempuan dengan umur 21 sampai 25 tahun. Dimana umur merupakan salah satu faktor pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Sugi (2018). Jelas bahwa setiap konsumen mengalami perubahan pembelian barang dan jasa dari waktu ke waktu. Menurut Billy Tanius sendiri rata-rata yang membeli produknya memang berumur 21 - 25 tahun akan tetapi produk yang dibeli bukan untuk mereka. Sebagai contohnya untuk ulang tahun orang tua mereka, ulang tahun keponakan, meeting, dan lain-lain.