BAB II

Perancangan Promosi Minuman Jahe Merah Mix Amanah

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Promosi

Dalam melakukan promosi jahe merah mix amanah harus menentukan pesan yang ingin disampaikan ke arah target sasaran yang dituju dengan terorganisasi. Walaupun secara umum “media” adalah saluran utama dari kegiatan promosi jahe merah mix amanah, namun perlu juga diperhitungkan hal-hal lain yang menjadi keterbatasan produk jahe merah mix amanah dalam pelaksanaan promosinya. Diantaranya: minimnya media promosi yang dipilih serta kurangnya eksplorasi dari media promo itu sendiri.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan, bahwa sebuah pelaksanaan media promosi jahe merah mix amanah ini bertujuan untuk memperkenalkan secara luas jahe merah mix amanah ke khalayak. Karena dari sebuah perkenalan, khalayak menilai kualitas produk tersebut.

Menurut Hahn (2003: 43) dalam penggunaan biasa “promosi adalah semua yang dilakukan untuk membantu penjualan suatu produk atau jasa di tiap jaringan penjualan mulai dari

bahan – bahan presentasi yang digunakan seorang tenaga penjualan ketika melakukan penawaran hingga siaran niaga di televisi atau iklan di surat kabar yang mencoba memikat pelanggan agar memperoleh kesan yang menyenangkan terhadap yang di iklankan, dalam promosi kita mengenal dua jenis promosi yaitu,

Promosi lini atas yang dikenal dengan *Above The Line Promotion* (ATL) dengan menggunakan beberapa media yang lebih besar target audiencenya. Biasannya promosi lini atas hanya di gunakan untuk mengenalkan sebuah produk atau jasa. Contoh media (ATL):

a. Media Massa

b. Iklan Televisi, dll

Promosi lini bawah yang biasa kita kenal *Below The Line Promotion* (BTL) biasanya media dalam promosi lini bawah ini lebih untuk meningkatkan penjualan dengan target terbatas. Contoh media (BTL):

a. *Event*

b. *Direct Sales*

Menurut Saladin (2004: 179) Promosi adalah “suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah

sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal sehingga menjadi pembeli tetap mengingat produk tersebut."

Menurut Tjiptono (1997: 27) Promosi adalah " suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan atau meningkatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan *loyal* pada produk yang di tawarkan perusahaan yang bersangkutan."

2.2 Jahe

Jahe merupakan tanaman obat berupa tumbuhan rumpun berbatang semu. Jahe (*Zingiber Officinale*) berasal dari Asia Pasifik yang tersebar dari India sampai Cina. Oleh karena itu kedua bangsa ini disebut-sebut sebagai bangsa yang pertama kali memanfaatkan jahe terutama sebagai bahan minuman, bumbu masak dan obat-obatan tradisional.

Jahe termasuk dalam suku temu-temuan (*Zingiberaceal*), se-famili dengan temu-temuan lainnya seperti temu lawak (*Cucuma Xanthorrizha*), temu hitam (*Cucuma Aeruginosa*), kunyit (*Cucuma Domestica*), kencur (*Kaempteria Galanga*), lengkuas (*Lenguas Galanga*) dan lain-lain.



Gambar 2.1 Jahe Merah

Sumber **:** www.jamernusantara.blogspot.com/2009/06/sejuta-khasiat-jahe-merah.html

2.3 Jahe merah mix Amanah

Profil singkat

Jahe merah mix Amanah merupakan produk minuman ringan yang diproduksi oleh UD Cipta Mandiri Abadi telah melakukan *launching* produk baru Pada awal Agustus tahun 2009, dengan *brand*: Jahe Merah Mix Amanah. Jahe Merah Mix Amanah merupakan produk ke dua dari UD Cipta Mandiri Abadi dan di harapkan dapat meneruskan kesuksesan dari produk pendahulunya yaitu Jahe Merah Amanah.

Jahe Merah Mix Amanah, dibuat dari campuran jahe merah, gingseng, gula, *creamer,* habbatusauda' dan rempah-rempah lainnya, dengan kombinasi yang tepat, sehingga menghasilkan minuman yang nikmat sekaligus berkhasiat.

Khasiat Jahe Merah Mix Amanah

Jahe Merah Mix Amanah berkhasiat untuk menghangatkan badan, mencegah masuk angin, dan meningkatkan stamina.

Sertifikasi

Jahe Merah Mix Amanah telah mendapatkan sertifikat Halal MUI no 031300510809 dan izin DIN. KES. PIRT. 812327601223.

Penyajian

Untuk menyajikannya, Masukkan 1 *sachet* Jahe Merah Mix Amanah kedalam cangkir, seduh dengan dengan air panas +- 150 cc Jahe Merah Mix Amanah siap dihidangkan.

Kemasan Jahe Merah Mix Amanah

Jahe Merah Mix Amanah dikemas dengan *alumunium foil* dengan desain produk yang menarik, dengan netto 25 gram. 1 renteng terdiri dari 10 *sachet*, 1 karton terdiri dari 20 renteng (200 *sachet*).



Gambar 2.2 Kemasan Jahe Merah Mix Amanah

Sumber **:** www.herba-holistic-care.blogspot.com/2011/04/jahe-merah-mix-amanah.html

Harga

Harga Agen/Distributor Jahe Merah Mix Amanah:

Banyaknya /dus	Harga /dus
Diatas 5	Rp 135.000,-
Diatas 10	Rp 130.000,-
Diatas 20	Rp 125.000,-
Diatas 30	Rp 123.000,-
Diatas 50	Rp 120.000,-

Harga per satu sachet Jahe Merah Mix Amanah yaitu Rp 1.000,-

Segmentasi yang dituju oleh produk Jahe Merah Mix Amanah adalah menegah kebawah.

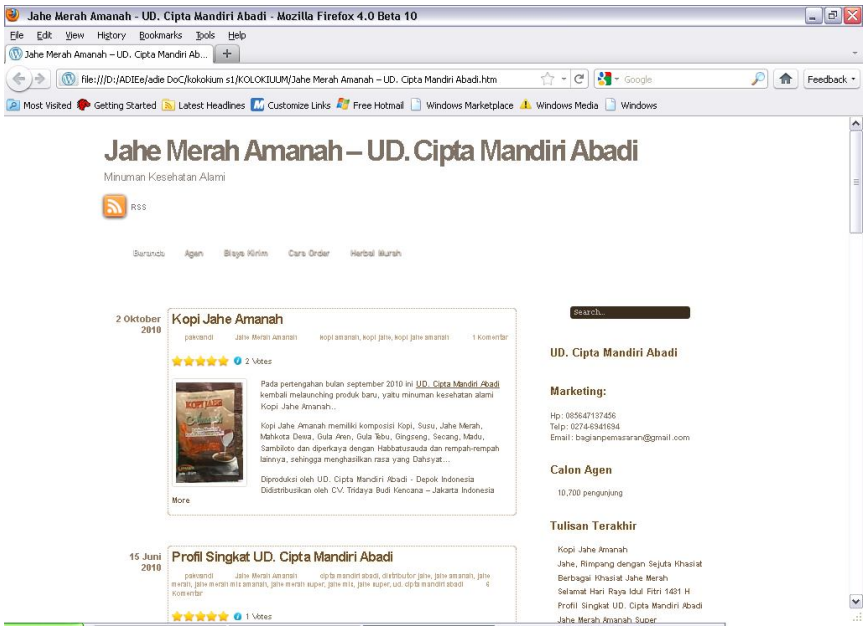
Strategi Pemasaran

1. Strategi pemasaran yang pernah dilakukan

Strategi pemasaran yang pernah dilakukan oleh distributor Jahe Merah Mix Amanah antara lain :

Promotion Mix

- *Advertising* : yaitu melakukan promosi melalui website yang di buat oleh produsen Jahe merah mix amanah.



Gambar 2.3 Website Jahe Merah Amanah

Sumber **:** www.ciptamandiriabadi.indonetwork.co.id/1108068/jahe-merah-mix-amanah.htm

- *Personal Selling* : yaitu melakukan promosi melalui orang ke orang.
- *Direct Selling* : yaitu melakukan promosi dengan cara langsung dengan tatap muka diluar lokasi eceran.
- *WOM* (*word of mouth*) : yaitu melakukan promosi dengan cara mulut ke mulut.

2.4 Khalayak sasaran

Khalayak sasaran promosi jahe merah mix amanah meliputi *primary target audience*. Adapun yang menjadi ditinjau dari sisi geografis adalah:

Wilayah : meliputi dimana produk tersebut beredar / di jual.

Demografis : Pria dan Wanita

Primary target : Berusia 25-50, berprofesi sebagai pekerja

Secondary Target : Mahasiswa, pelajar.

Pskografis : Konsumen memiliki kelas sosial kelas menengah ke bawah, tidak menutup kemungkinan menengah ke atas.

2.5 Kompetitor

Jenis produk

Minuman Jahe Merah instant

Nama *brand* / merek

Jahe Merah Hidayah dan Jahe Merah Karomah

Harga

Harga satuan Jahe Merah Hidayah dan Jahe Merah Karomah Rp1.000,-

Foto produk

Jahe Merah Hidayah dan Jahe Merah Karomah



Gambar 2.4 Kompetitior

Sumber : www.indonetwork.co.id/PONDOK_HERBAL/903250/jahe-merah-hidayah.htm, www.subangherbal.blogspot.com/2011/06/jahe-merah-karomah.html

2.6 Analisis SWOT

1. *Strong* (*Kekuatan*)
   - Memiliki keunggulan dibanding dengan produk sejenis dari segi komposisi bahan dasar dari produk.
   - Harga yang relatif murah.
2. *Weakness* (*Kelemahan*)
   - Minimnya dari segi promosi produk Jahe merah mix amanah.
   - Masyarakat yang kurang mengenali produk Jahe merah mix amanah.
3. *Opportunity* (*Peluang*)
   - Produk ini tersebar di sekitar wilayah JABODETABEK Jawa dan wilayah Aceh.
   - Masyarakat yang menyukai minuman herbal berbahan dasar jahe.
4. *Threatment* (*Ancaman*)
   - Produk sejenis (kompetitor) yang melakukan promosi lebih baik.
   - Banyaknya produk sejenis jahe yang banyak di pasaran.

2.7 Pemecahan Masalah

Dari analisa diatas maka dibutuhkan suatu strategi untuk mengatasi ancaman dan kelemahan dari produk Jahe Merah Mix Amanah, yaitu :

- Membuat promosi untuk produk Jahe Merah Mix Amanah
- Melakukan promo yang tepat, maksudnya adalah melakukan promo yang berhubungan dekat dengan gaya hidup keseharian masyarakat.