



Promosi Melalui Katalog Online Menggunakan Coreldraw untuk Meningkatkan Minat Beli di Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang

Faizal Islam Akbar Alam¹, Tri Istining Wardani²
^{1,2,3} Prodi Manajemen Pemasaran, Politeknik Negeri Malang, Indonesia

Alamat: Jl. Soekarno Hatta No.9, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141

Korespondensi Penulis: faaizalam29@gmail.com*

Abstract. The writing method used is qualitative by using action research methods. The unit of analysis of this research consisted of 2 design experts, 2 marketing experts, the owner of Blackjack Slowbar Coffeeshop Malang and 15 consumers. Data collection methods used include observation, interviews, questionnaires and documents. The EPIC Model and AIDA Model are used as measurement tools for design effectiveness and buying interest in this research. The results showed that in cycle I, the e-catalogue background theme was not used in sync with other themes and there were also some uninterested images. In the second cycle the e-catalogue is considered to be better than before with the value of the effectiveness of using the EPIC rate in the range of 4.65 which is classified as a very effective scale and the value of the effectiveness of buying interest using the AIDA rate in the range of 91% which is classified as a very effective scale. Based on the research that has been done, the conclusion that can be drawn is that using of the EPIC rate design and buying interest according to the AIDA rate guidelines is very effective. However, through this research, suggestions that can be given by researchers regarding the form of promotion that through online catalogues released on the Instagram and ShopeeFood platforms can help promote Blackjack Slowbar Coffeeshop Malang.

Keywords: Promotion, E-Catalogue, Technology, Buying Interest

Abstrak. Metode penulisan yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan metode action research. Unit analisis penelitian ini terdiri dari ahli desain 2 orang, ahli pemasaran 2 orang, pemilik Blackjack Slowbar Coffeeshop Malang dan konsumen 15 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan diantaranya observasi, wawancara, kuesioner dan dokumen. EPIC Model dan AIDA Model digunakan sebagai alat pengukuran untuk efektivitas desain dan minat beli dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada siklus I, tema background katalog online yang digunakan tidak sinkron dengan tema lainnya dan juga ada beberapa gambar yang kurang menarik. Pada siklus II katalog online dinilai sudah lebih baik dari sebelumnya dengan nilai efektivitas desain menggunakan EPIC rate pada rentang nilai 4,65 yang tergolong skala sangat efektif dan nilai efektivitas minat beli menggunakan AIDA rate pada rentang nilai 91% yang tergolong skala sangat efektif. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat diambil bahwasannya penggunaan desain EPIC rate dan minat beli sesuai pedoman AIDA rate sudah tergolong sangat efektif. Namun, melalui penelitian ini saran yang dapat diberikan oleh peneliti terkait bentuk promosi bahwa melalui katalog online yang dirilis pada platform instagram dan ShopeeFood dapat membantu promosi Blackjack Slowbar Coffeeshop Malang.

Kata kunci: Promosi; Katalog Online; Teknologi; Minat Beli

1. LATAR BELAKANG

Pada saat ini, perkembangan zaman dan teknologi sangat pesat yang berpengaruh dalam berbagai macam hal, salah satunya membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat, sehingga banyak sekali bermunculan perusahaan kecil yang memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produknya agar diketahui oleh seluruh kalangan masyarakat. Menurut Miarso (2007:62) Teknologi adalah proses yang meningkatkan nilai tambah, proses tersebut menggunakan atau menghasilkan suatu produk, produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada dan karena itu menjadi bagian integral dari suatu sistem.

Dengan adanya teknologi, manusia mendapatkan informasi dengan mudah dan akurat melalui berbagai sumber yang ada. Informasi merupakan data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang berarti bagi penerimanya dan memiliki manfaat di dalam mengambil sebuah keputusan baik untuk saat ini maupun di masa yang akan datang. Informasi bisa mencakup di dalam banyak hal, bisa dalam bentuk tulisan atau gambar/foto, contoh nya seperti data tentang profil seseorang, informasi tentang kelompok atau suatu organisasi, informasi tentang suatu produk dan lain sebagainya. Dengan demikian, informasi merupakan hal yang penting dan selalu dibutuhkan oleh manusia.

Adanya teknologi yang semakin berkembang saat ini, sangat mudah untuk mendapatkan sebuah informasi melalui berbagai media yang membuat persaingan dunia digital marketing semakin ketat dan sangat berdampak terhadap semua perusahaan besar dan kecil. Dengan begitu, perusahaan harus membuat berbagai inovasi. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan dengan pengembangan dalam mempromosikan produknya, ada berbagai cara dalam melakukan suatu promosi produk salah satunya dengan melalui katalog online untuk mengiklankan produk yang berupa jasa atau barang dari perusahaan tersebut.

Katalog online merupakan salah satu media iklan yang banyak diminati oleh konsumen, hal ini dikarenakan katalog online dapat menyampaikan berbagai macam jenis informasi yang ringkas dan efektif. Menurut Ollie (2008:43) katalog online adalah sarana untuk mempromosikan produk secara visual dengan memasukkan foto-foto menjadi berbentuk katalog. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan katalog online dapat membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan produknya kepada calon konsumen dan dapat meningkatkan minat beli calon konsumen.

Saat ini makin marak bisnis coffeeshop yang beredar seperti café maupun warung kopi di daerah Malang dan sekitarnya. Coffeeshop merupakan salah satu tempat yang digemari oleh berbagai kalangan masyarakat baik untuk berkumpul bersama ataupun melakukan hal lainnya. Dengan bisnis coffeeshop yang banyak beredar, menjadikan para pemilik usaha bersaing untuk menarik konsumen didalam melakukan promosi nya, salah satunya Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang. Banyak sekali media promosi yang dapat digunakan suatu perusahaan untuk mempromosikan produknya, contohnya media sosial. Media sosial memiliki banyak sekali platform salah satunya Instagram. Pengguna aplikasi Instagram saat ini mencapai jutaan khususnya di Indonesia. Dengan banyaknya pengguna Instagram saat ini tentunya memudahkan sebuah perusahaan untuk menarik konsumen melalui promosi yang dilakukan.

Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang juga menggunakan platform Instagram sebagai media promosinya, namun sejauh ini konten yang ada sekedar testimoni dari konsumen saja

dan menjadi tidak menarik karena kurang detailnya informasi produk yang diberikan. Promosi dengan cara tersebut kurang efektif, karena media promosi ini tidak bisa mencakup jangkauan pasar yang luas dan tidak bisa memberikan informasi produk yang detail. Sehingga Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang membutuhkan media promosi yang dapat menjelaskan produk secara detail agar dapat meningkatkan minat beli dari calon konsumen.

Hal yang perlu dilakukan oleh Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang untuk meningkatkan media promosinya ialah dengan cara membuat katalog online untuk mempromosikan produk-produknya kepada para calon konsumen dan di upload di Instagram. Karena dengan menggunakan katalog online bisa memberikan informasi produk yang mendetail dan hal tersebut dapat menimbulkan minat beli konsumen. Menurut Durianto (2003:109) menyebutkan minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat beli merupakan faktor yang sangat penting didalam suatu perusahaan karena keputusan konsumen untuk membeli suatu produk didasari oleh berbagai seperti kebutuhan, motivasi dan lain sebagainya.

Pada penelitian ini, peneliti akan membuat katalog online dengan aplikasi CorelDraw X7. Menurut Awaly dan Sulartopo (2015:22), “CorelDraw merupakan sebuah aplikasi garis berbasis vector”. Format vector adalah gambar yang membentuk sejumlah objek garis dan kurva berdasarkan rumusan matematis. Peneliti menggunakan aplikasi ini karena CorelDraw X7 adalah salah satu program komputer desain grafis yang sudah banyak dikenal dan digunakan para desainer profesional. Aplikasi ini memiliki fitur-fitur yang lebih lengkap dari versi sebelumnya dan lebih mudah dipahami sehingga membantu peneliti dalam proses mengedit iklan katalog online. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti mengambil judul skripsi “Promosi Melalui Katalog Online Menggunakan Aplikasi Coreldraw Untuk Meningkatkan Minat Beli Di Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang”

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut Philip Kotler dan Amstrong dalam Farida dkk (2019:1) pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

“Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan

produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.” (Tjiptono, 2012:219).

Menurut Kurniawan (2018:43) dalam Riskila dan Pribadi (2021:74) “Promosi adalah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mengenalkan dan mempublikasikan produknya agar diterima oleh masyarakat”.

Merek adalah nama istilah benda, lambang atau desain atau kombinasi dari semua ciri yang memperlihatkan identitas produk atau jasa suatu produk atau sekelompok penjual dan membedakan itu dari produk pesaing (Kotler & Amstrong, 2015)

Menurut Prastowo (2012:243) “Katalog adalah sebuah kata benda yang artinya daftar buku yang terdapat di dalam perpustakaan atau dalam suatu koleksi”. “Katalog merupakan media dalam komunikasi visual yang memuat informasi suatu produk. Hal ini dapat dilakukan untuk produk barang dalam jumlah yang banyak”. : (Tinarbuko, 2015). Dari pengertian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa katalog merupakan media yang memuat informasi tentang produk.

Menurut Lefa dan Laroche (2006) dalam Setiawan (2015), “yang mengatakan bahwa minat merupakan salah satu penilaian mengenai individu yang ingin membeli merek tertentu”. Sedangkan menurut Durianto (2003:109) “menyebutkan minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu”. Dari pengertian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa minat beli merupakan salah satu penilaian konsumen didalam rencana untuk membeli suatu produk.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di coffeeshop Blackjack Slowbar Malang yang merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang coffeeshop. Ruang lingkup pada penelitian ini adalah pembuatan katalog online produk yang ada di Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang, terkait dengan judul yang diteliti yaitu “Promosi Melalui Katalog Online Menggunakan CorelDraw Untuk Meningkatkan Minat Beli Di Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang”. Dalam pembuatan katalog online, peneliti menggunakan aplikasi CorelDraw X7. Kegiatan pembuatan katalog online ini bertujuan untuk mengembangkan kegiatan promosi yang telah dilakukan Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai media promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang. Hasil dari desain katalog online ini akan di upload kedalam feeds instagram Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang, karena saat ini platform tersebut sangat potensial untuk memberikan informasi produk dan sebagai sarana promosi.

Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan teori BAB II yang membahas tentang promosi dengan tujuan untuk meningkatkan minat beli konsumen. Dalam penelitian ini menggunakan aplikasi CorelDraw X7 sebagai alatbantu untuk melakukan desain, karena fitur yang dimiliki aplikasi ini lengkap dan bisa dijadikan kedalam beberapa format file yang memudahkan proses pembuatan desain katalog online. Selain itu dalam pembuatan desain katalog online ini menggunakan demensi EPIC (emphaty, persuation, impact dan communication) dan AIDA (attention, interest, desire dan action) model. Dengan begitu katalog online yang dibuat akan lebih efektif dalam hal promosi.

Hasil analisa yang telah dibuat berdasarkan jawaban dari para responden menunjukkan bahwa katalog online Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang sudah sangat efektif sebagai media promosi guna memudahkan perusahaan dalam memberikan informasi yang lengkap mengenai produk yang ditawarkan melalui media sosial Instagram. Maka dari itu katalog online Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang sudah dapat dipublikasikan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang coffeeshop yang berlokasi di Jl. Saxophone No 9, Malang (belakang Universitas Muahammadiyah Malang). Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang menggunakan media sosial instagram sebagai media promosinya. Akan tetapi kegiatan promosi yang dilakukan hanya sekedar memberikan testimoni dari konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya inovasi baru dalam melakukan kegiatan promosi agar lebih mudah dalam memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan kepada para konsumen / calon konsumen. Dengan dibuatnya katalog online ini dapat menambah media promosi yang sudah ada untuk digunakan. Penambahan media promosi ini juga dapat memperluas jangkauan pasar dari Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang.

Pada penelitian ini menggunakan metode action research. Hasilnya pada siklus I, katalog online masih terdapat saran maupun masukan yaitu adanya tema background yang digunakan tidak sinkron dengan tema lainnya dan juga ada beberapa gambar yang kurang menarik.

Sehingga perlu adanya perbaikan kembali agar katalog online lebih efektif, maka dari itu, dilanjutkan pada siklus II. Hasilnya, katalog online dinilai sudah lebih baik dari sebelumnya dengan nilai efektivitas desain menggunakan EPIC rate pada rentang nilai 4,65 yang tergolong skala sangat efektif dan nilai efektivitas minat beli menggunakan AIDA rate pada rentang nilai 91% yang tergolong skala sangat efektif.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang diantaranya :

1. Katalog online yang telah dibuat dapat digunakan untuk membantu promosi Coffeeshop Blackjack Slowbar Malang.
2. Katalog online dapat dirilis pada platform selain instagram seperti Shopeefood, karena saat ini platform tersebut sangat efektif dalam mempromosikan produk dan juga dapat digunakan sebagai tempat jual beli makanan dan minuman.

DAFTAR REFERENSI

Sumber Buku

- Abdurrahman. N.H.. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Awwali Muhammad Ryza , Sulartopo. *Media Pembelajaran Desain Grafis Di Sma 1 Kudus Berbasis Multimedia Interaktif*.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supratikno, 2003. *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Farida, Lamsah, dan Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Madcoms. 2015. *CorelDraw X7 Untuk Pemula*. Yogyakarta: Andi
- Miarso. (2007). *Menyemai benih teknologi pendidikan*. Jakarta: Pustekom Diknas.
- Nugroho, Eko. 2018. *Prinsip-Prinsip Menyusun Kueisoner*. Malang: Tim UB Press Ollie.
2008. *Membuat Toko Online dengan Multiply*. Jakarta: Mediakitakonten
- Prastowo, Andi. (2012). *Manajemen Perpustakaan Sekolah Professional*. Yogyakarta: Diva Press
- Sedjati, R.S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish

- Setyaningrum, et al. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: Andi Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tinarbuko, 2015. DEKAVE Desain Komunikasi Visual-Penanda Zaman Masyarakat Global. Yogyakarta: CAPS
- Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi
- Yusuf, Muri. 2014. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri

Sumber Jurnal

- Ardiyatna dan Sudjanarti. 2019. Desain e-Catalog Menggunakan Aplikasi Adobe Photoshop CS3 Sebagai Pengembangan Promosi Di Instagram Untuk Meningkatkan Minat Beli Pada Three Brother Blitar. JAB Jurnal Aplikasi Bisnis. ISSN: 2407-3741. Volume: 5 Nomor: 2, Desember 2019
- Indah. 2017. Analisis Efektivitas Iklan Media Televisi Menggunakan EPIC Model (Studi Kasus Produk A mild di Kota Langsa). Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi Vol. 1 Aceh: Universitas Samudra Langsa Aceh.
- Maulida dan Pribadi. 2016. Pembuatan Katalog Dengan Aplikasi Coreldraw Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Di Wisata Lesti Lestari Wajak Malang. JAB Jurnal Aplikasi Bisnis. ISSN: 2407-3741.
- Nurhanifah dan Pribadi. 2021. Pembuatan Media Promosi Digital e-Catalog Di Instagram Dengan Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Menarik Minat Beli Pada Keripik Srikandi Malang. JAB Jurnal Aplikasi Bisnis. ISSN: 2407-3741. Volume: 7 Nomor: 2, Desember 2021
- Riskila dan Pribadi. 2021. Pembuatan Media Promosi Katalog Dengan Menggunakan Aplikasi Coreldraw Untuk Menarik Minat Beli Pada UMKM Riski Lumintu Bojonegoro. JAB Jurnal Aplikasi Bisnis. ISSN: 2407-3741. Volume: 7 Nomor: 2, Desember 2021
- Savitri dan Pribadi. 2019. Pembuatan E-Katalog Sebagai Pengembangan Media Iklan Dengan Menggunakan CorelDraw Di Instagram Princess Fazion Soekarno Hatta Malang Untuk Meningkatkan Penjualan. JAB Jurnal Aplikasi Bisnis. ISSN: 2407-3741. Volume: 5 Nomor: 2, Desember 2019
- Setiawan, Edhie Budi. 2015. "Quality and Purchase Intention Perceived Value towards Low Cost Energy-Saving Cars". Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik. Vol. 02 No. 01, p. 107-118.