

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Pengaplikasian bauran pemasan 4P (*Marketing Mix*) terhadap optimalisasi iklan *top-ads* di *marketplace* Tokopedia, yaitu:

1. Product

Dari segi kemasan dengan warna gold yang di tampilkan dalam *product* El's *coffee* sudah sangat bagus dan menarik untuk dipasarkan. Selain itu, *product* el's *coffee* sudah terdaftar dalam BPOM dan Dinas Kesehatan Republik Indonesia serta terdapat logo Halal pada kemasannya. Dalam kemasan juga terdapat Expired date untuk menginformasikan waktu kadaluarsa produk. Maka dari itu, produk kopi Lampung Gold kemasan 200gr sangat memadai untuk bersaing di pasar kopi di pasaran nasional karena sudah memenuhi kriteria produk yang cocok untuk di pasarkan ke ranah nasional.



Gambar 1. El's Coffee Lampung Gold kemasan 200gr.

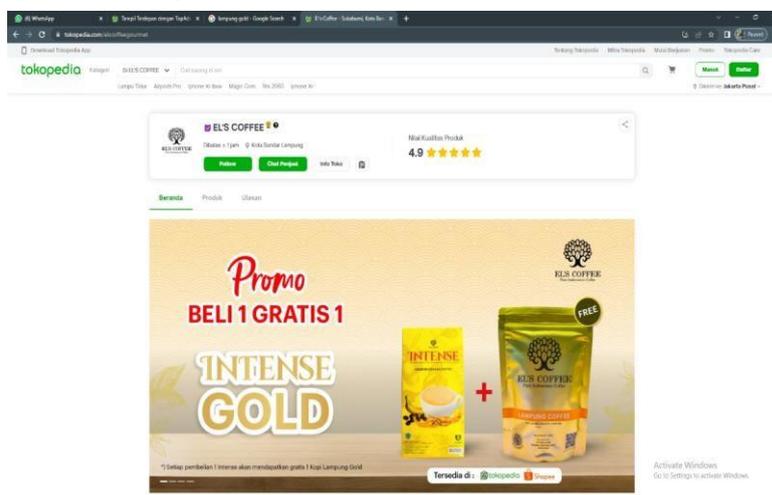
Sumber: Tokopedia El's Coffee, diakses 19 September 2022.

2. Price

Jika dilihat dari segi harga, produk El's Coffee Lampung Gold kemasan 200gr sudah sesuai dengan harga rata-rata pasaran dimana harga produk El's Coffee Lampung Gold kemasan 200gr di banderol dengan harga Rp 27.500,- / pack . Pada tanggal 9 bulan 9, produk Lampung Gold kemasan 200gr mengadakan discount sehingga harga menjadi lebih murah 20% yaitu seharga Rp 22.000,- / pack. Jika dilihat dari harga, Lampung Gold kemasan 200gr sudah sesuai dengan prduk yang ditawarkan ditambah dengan kemasan yang menarik.

3. Place

Lewat pemasaran digital, tempat dalam memasarkan produk kopi Lampung Gold kemasan 200gr yaitu pada aplikasi Tokopedia. Alasan pemilihan Tokopedia sebagai tempat pemasaran produk karena dari beberapa aplikasi belanja *online*, Tokopedia merupakan salah satu aplikasi yang mendapat paling banyak penjualan dibandingkan dengan aplikasi belanja *online* lainnya yang bekerja sama dengan El's Coffee.



Gambar 2. Tampilan Toko El's Coffee di Tokopedia.

Sumber: Tokopedia El's Coffee, diakses 19 September 2022.

4. Promotion

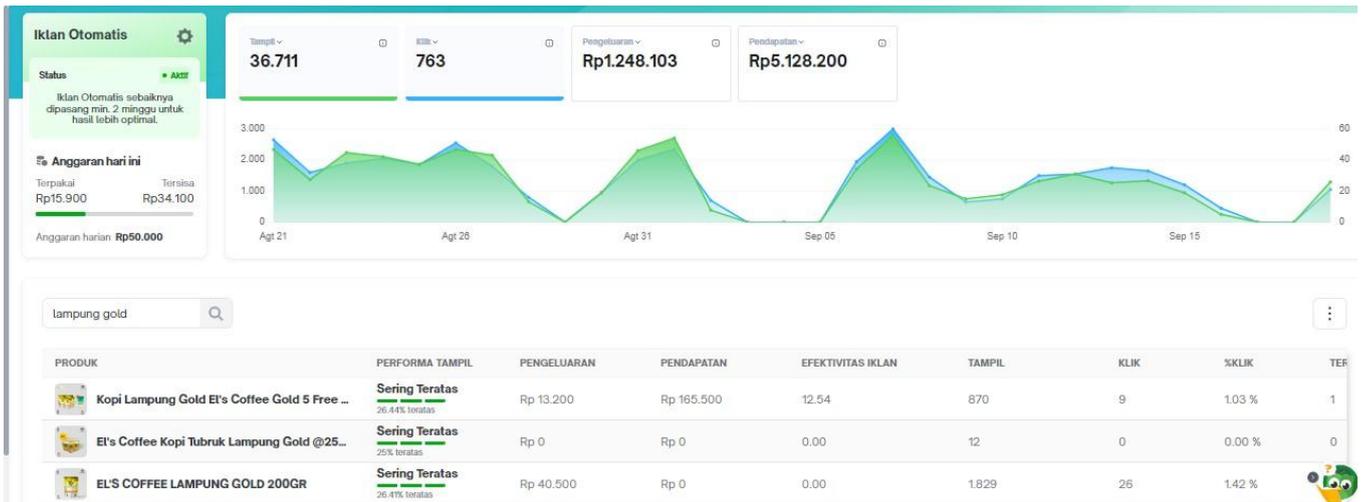
Strategi Promosi yang digunakan dalam meningkatkan penjualan produk Lampung Gold kemasan 200gr yaitu menggunakan fitur iklan *top-ads* di aplikasi Tokopedia. Lewat pemasangan iklan menggunakan fitur *top-ads*, perharinya iklan diotomatiskan dengan *budget* yang dikeluarkan oleh perusahaan yaitu Rp 25.000,- / harinya.

Iklan dibuat dengan menetapkan Rp 250-500,- / klik sehingga produk kopi Lampung Gold kemasan 200gr dapat dengan mudah dicari dan tampil pada laman utama pencarian melalui beberapa kata kunci yang telah diatur sebelumnya, yakni kopi lampung, kopi robusta, kopi bubuk robusta, kopi robusta lampung, kopi lampung 200gr, kopi lampung *original*. Lewat penetapan kata kunci tersebut, produk akan mendapatkan lebih banyak persentase atau peluang untuk muncul di beranda pencarian produk yang berkaitan dengan kata kunci tersebut.

Selain itu melalui penetapan *top-ads*, praktikan dapat melihat perkembangan presentase produk dilihat selama seminggu seperti presentase per-klik, jenis kelamin pelanggan, usia pelanggan, serta wilayah yang dominan melihat produk kopi Lampung Gold kemasan 200gr. Melalui *top-ads* juga, praktikan dapat melihat presentase jumlah pelanggan yang melakukan pembelian karena melihat iklan *top-ads* yang sering muncul di laman pencarian Tokopedia.

Lewat tampilan produk kopi Lampung Gold kemasan 200gr yang diiklankan lewat fitur *top-ads*, tampilan-tampilan produk dibuat semenarik mungkin dengan menampilkan varian pengolahan biji kopi dan logo Halal sehingga produk menjadi lebih menarik. Selain itu, ditampilkan juga deskripsi produk dan *video* terkait pengolahan produk yang dijual guna memberikan deskripsi yang selengkap dan semenarik mungkin sehingga dapat meningkatkan *brand awareness* dan keputusan pembelian konsumen karena produk terkesan lebih premium dan unggul dibandingkan kopi pesaing. Hal ini juga didukung

karena toko El's Coffee pada aplikasi belanja *online* Tokopedia sudah menjadi *Official Store* dan mendapatkan *rating* toko 4,9 dari *rating* tertinggi 5,0 dimana *rating* tersebut sangat tinggi dan bagus sehingga dapat mendorong keputusan pembelian yang lebih besar.



Gambar 3. Pembuatan Iklan *Top-Ads* Lampung Gold Kemasan 200gr di Tokopedia.

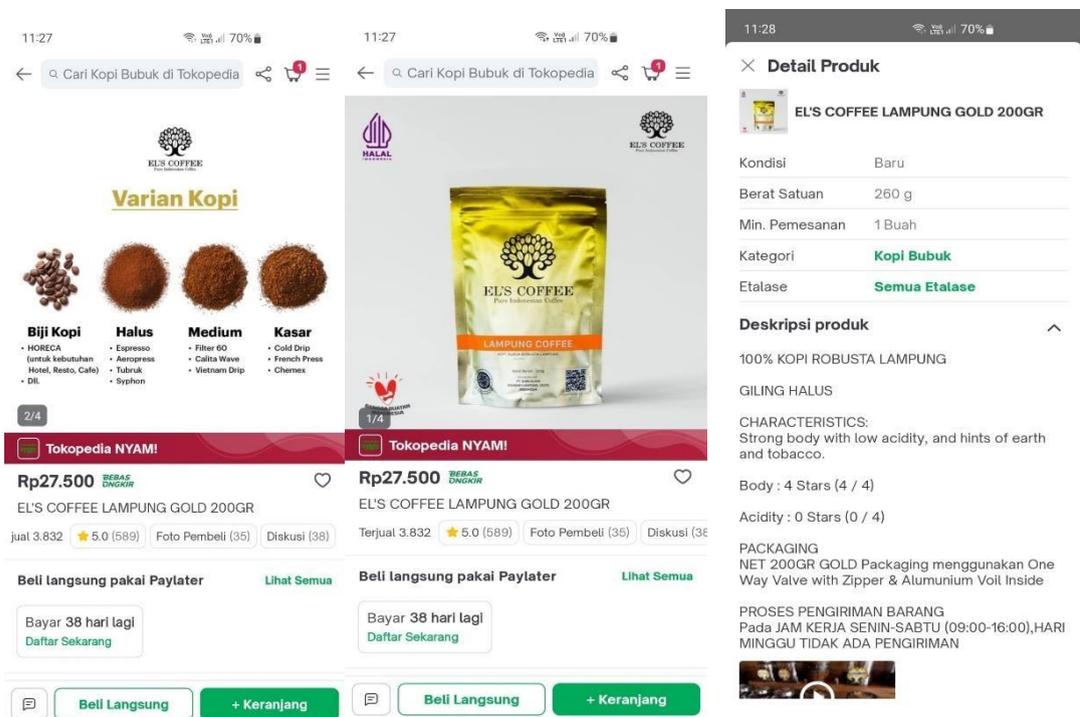
Sumber: Tokopedia El's Coffee, diakses 19 September 2022.

4.2 Pembahasan

Lewat optimalisasi kredit iklan *top-ads*, selain memperhatikan nominal besaran *budget* iklan, tampilan dan isi konten yang akan diiklankan juga harus dibuat semenarik mungkin untuk meningkatkan keputusan pembelian masyarakat. Strategi marketing mix yang digunakan dalam pengoptimalisasian penjualan kopi Lampung Gold kemasan 200gr lewat fitur iklan *top-ads* Tokopedia dapat mempengaruhi keputusan pembelian

konsumen yang dibuktikan dengan meningkatnya pembelian sebesar 10% dari sebelum diiklankan dimana perharinya terdapat 8-10 produk terjual.

Optimalisasi iklan *top-ads* ini menggunakan *budget* perharinya dimana biaya pengiklanan dibatasi sebesar Rp 25.000,- / harinya atau dengan menetapkan Rp 250-500,-/kliknya. Selain itu, pembuatan iklan *top-ads* juga harus memperhatikan faktor-faktor pendukung seperti pembuatan kata kunci, penetapan harga per-klik, memperhatikan presentase penjualan selama seminggu dari grafik yang ditampilkan serta opsi pengiriman.



Gambar 4. Tampilan Produk yang menggunakan Iklan *Top-Ads* Pada Produk El's Coffee Lampung Gold Kemasan 200gr.

Sumber: Tokopedia El's Coffee, diakses 19 September 2022.

