

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Egg roll waluh merupakan makanan ringan yang dikenal masyarakat sebagai produk oleh-oleh khas daerah Kabupaten Blora. Makanan ini banyak diproduksi di Desa Ngroto, Kecamatan Cepu, Kabupaten Blora. Ciri khas dari *egg roll* waluh ini adalah rasanya manis dan gurih, teksturnya rapuh. Hal ini sesuai dengan penelitian (Dewi *et al.*, 2019). *Egg roll* waluh ini berbahan dasar dari waluh atau labu kuning. Labu kuning mempunyai kandungan karotenoid yang sangat tinggi, yaitu mencapai 160 mg/100 g (Wahyuni & Widjanarko, 2015). Selain itu labu kuning juga mempunyai karbohidratnya yang tinggi, kaya akan vitamin (A dan C) dan mineral (Ca, Fe dan Na). Setiap 100 g labu kuning mengandung 1569 µg β-karoten yang merupakan provitamin A pada pangan. Waluh juga mengandung inulin dan serat makanan serta mengandung mineral seperti kalium, zat besi, fosfor, magnesium, dan kalium yang bagus untuk kesehatan (Sholihah & Noer, 2014). Dari beberapa keunggulan tersebut *egg roll* waluh berkembang menjadi ikon baru oleh-oleh dari Kecamatan Cepu, Kabupaten Blora. *Egg roll* waluh dapat dikenalkan ke masyarakat dengan melalui penjualan *offline* maupun *online*. Akhir-akhir pelaku usaha mulai melirik penjualan *online* karena keunggulannya.

Pemasaran *online* yang dikelola secara baik dapat meningkatkan omset penjualan (Endriastuti & Permatasari, 2018). Selain meningkatkan omset penjualan, penjualan *online* dianggap sebagai cara yang paling efisien dan menjanjikan untuk mengatasi keterbatasan geografis. Hal ini dikarenakan penjualan berbasis media *online* pergerakannya lebih cepat dan luas dibandingkan dengan penjualan toko *offline* di satu tempat saja. Menurut Syamsuddin *et al.*, (2020) rata-rata omzet *online* lebih besar enam kali dari pada rata-rata omzet *offline*. Menurut (Wulansari, 2015) rata-rata penjualan *offline* sebesar 25,44% sedangkan penjualan secara *online* meningkat menjadi 30,42%.

Penjualan *online* lebih praktis dan tidak memerlukan biaya yang besar, serta jangkauan pasar yang lebih luas (Wijoyo *et al.*, 2020). Menurut Supriyanta & Nurhayati, (2019) dengan penjualan *online* penjual tidak perlu membeli atau menyewa sebuah toko yang memerlukan biaya yang besar. Penjualan *online* dapat membuat penjualan lebih praktis karena konsumen dapat melihat produk 24 jam, bisa melakukan transaksi setiap saat dan dari mana pun berada. Sistem penjualan *online* dapat mempromosikan perusahaannya serta produk-produk

yang dimilikinya kepada konsumen tanpa harus datang ke tempatnya secara langsung sehingga dapat menjangkau pasar lebih luas (Aryanto & Tjendrowarsono, 2012).

Munculnya berbagai aplikasi media sosial telah menciptakan peluang bagi masyarakat untuk berbisnis. Peluang media sosial tidak hanya berhenti di bisnis jasa dan pariwisata. Perusahaan produk juga mulai memanfaatkan media sosial untuk menarik perhatian masyarakat agar menggunakan atau membeli produknya. Masyarakat menggunakan media sosial untuk berbagai aktivitas, antara lain hiburan, bisnis, mencari informasi, atau aktivitas lainnya. Salah satu media sosial yang sering digunakan untuk penjualan online yaitu Instagram. Selain media sosial Instagram sebagai sarana promosi yang sederhana dan efektif, Instagram juga memiliki banyak keuntungan bagi pelapak. Salah satunya adalah pelapak atau penjual tidak perlu mengeluarkan uang untuk mempromosikan produknya. Oleh karena itu Instagram merupakan media sosial yang tepat untuk melakukan promosi, karena selain promosi pelapak sendiri di Instagram, pelapak juga dapat melakukan promosi yang dilakukan secara otomatis oleh pengguna Instagram dan menandakan bahwa Pelapak telah menetapkan akun Instagramnya sebagai akun penjualan (Kurniawan, 2017). Menurut Ramadhan (2017) penggunaan instagram untuk toko kue *Mr.Creampuff* dapat meningkatkan pendapatan tahunan kurang dari 100 juta, menjadi 100 hingga 150 juta dalam 3 tahun terakhir. Berdasarkan penelitian tersebut, Instagram merupakan salah satu media potensial yang dapat digunakan sebagai media promosi.

Home industry egg roll Ngudi Roso merupakan salah satu UKM yang memproduksi *egg roll* dengan berbagai rasa. Setiap kemasannya berisi 40 batang *egg roll* yang dijual dengan harga Rp 16.000. *Egg roll* Ngudi Roso yang dikelola oleh Ibu Erna memperoleh omset lebih dari 40 juta rupiah per bulan dengan rincian 35% penjualan langsung di toko, 35% penjualan melalui mitra dan 30% penjualan melalui media sosial yaitu sekitar Rp 12.000.000 per bulan. Pada penjualan *online egg roll* produksi Ngudi Roso ini melayani penjualan melalui facebook, instagram dan whatsapp. Penjualan *online* di media sosial Instagram *egg roll* Ngudi Roso belum optimal dikarenakan belum adanya sistem admin akun Instagram yang jarang dikelola. Menurut Dewi & Darma (2022) Instagram paling cocok digunakan sebagai sarana untuk berbelanja online karena jangkauannya yang luas dan hampir 80% penjualan berasal dari pemasaran

melalui Instagram disbanding dengan media sosial lainnya. *Feed* akun instagram *egg roll* Ngudi Roso belum menarik dikarenakan belum menggunakan kombinasi warna *feed*, penyamaan tone warna dan masih terdapat foto pribadi yang tidak ada hubungannya dengan *egg roll*. Akun instagram *egg roll* Ngudi Roso juga belum menggunakan fitur instagram sepenuhnya, diantaranya fitur *stories* dan *highlights*.

1.2 Batasan Masalah

Agar persoalan pada penelitian ini tidak terlalu meluas, maka diperlukan batasan ruang lingkup yaitu penelitian hanya dilakukan untuk mendesain ulang Instagram pada *Home Industry Egg Roll* Ngudi Roso.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara meningkatkan omset penjualan menggunakan pemasaran online melalui pengoptimalan fungsi dari instagram?
2. Bagaimana pengaruh pemanfaatan pemasaran online pada instagram *Home Industry Egg Roll* Ngudi Roso terhadap omset pendapatan?

1.4 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan omset penjualan di *Home Industry Egg Roll* Ngudi Roso menggunakan pemasaran online melalui pengoptimalan fungsi dari instagram dengan cara mengamati hasil penjualan produk.
2. Mengetahui pengaruh pemanfaatan pemasaran online pada instagram *Home Industry Egg Roll* Ngudi Roso.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan dalam pengaplikasian pemasaran digital bagi *home industry* khususnya *egg roll* Ngudi Roso.
2. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.