

**DIRECT MARKETING STRATEGY PADA UPAYA
PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA PRODUK
SABUN ORGANIK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
DI KELURAHAN TUMATANGTANG SATU
KOTA TOMOHON**

TUGAS AKHIR



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
2024**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
MOTTO	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
LEMBAR KEASLIAN TULISAN	vii
BIOGRAFI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Tujuan Penelitian	6
1.5.2 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian UP2K.....	8
2.1.2 Sabun Organik.....	9
2.1.3 Pemasaran.....	9
2.1.4 Strategi Pemasaran	10
2.1.5 Direct Marketing	11
2.1.5.1 Fungsi Direct Marketing	12
2.1.5.2 Jenis-Jenis Direct Marketing.....	13
2.1.6 Media Sosial.....	14

2.1.6.1	Jenis – Jenis Media Sosial.....	15
2.2	Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODE PENELITIAN		24
3.1	Lokasi Penelitian	24
3.2	Jenis Dan Metode Penelitian	24
3.2.1	Jenis Penelitian	24
3.2.2	Metode Penelitian	24
3.3	Jenis Data Dan Metode Pengumpulan Data.....	24
3.3.1	Jenis Data.....	24
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		27
4.1	Gambaran Umum Organisasi	27
4.1.1	Sejarah Organisasi.....	27
4.1.2	Visi Dan Misi.....	28
4.1.2.1	Visi.....	28
4.1.2.2	Misi.....	28
4.1.3	Struktur Organisasi.....	29
4.1.4	Uraian Tugas	29
4.1.5	Sumber Daya Manusia.....	30
4.2	Hasil Penelitian.....	31
4.2.1	Data Observasi.....	31
4.2.2	Data Wawancara.....	31
4.3	Pembahasan.....	34
4.3.1	Straegi Pemasaran Langsung / Direct Marketing Strategy	34
4.3.2	Digital Marketing	36
4.3.3	Sosial Media	37
BAB V PENUTUP		40
5.1	Kesimpulan	40
5.2	Saran	40
DAFTAR PUSTAKA		41
LAMPIRAN.....		45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia menyebabkan banyak masalah baru, seperti banyak perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja terhadap para pekerja, peningkatan tingkat pengangguran, dan penurunan daya beli masyarakat. Hal ini berdampak pada perempuan, terutama pada kesejahteraan keluarga mereka. Pemutusan hubungan kerja membuat perempuan mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka dan keluarga mereka.

Pada umumnya, perempuan bekerja pada usaha mikro, atau membuka usaha wiraswasta kecil-kecilan, untuk memenuhi kebutuhan hidup tersebut. Untuk melakukan usaha mikro ini, mereka biasanya menggunakan media sosial yang ada dalam komunitas mereka. Untuk mendapatkan modal usaha mereka menggunakan program pembangunan dan pemberdayaan yang ada di desa atau kelurahan mereka. Program pemberdayaan masyarakat merupakan upaya sistematis untuk meningkatkan kapasitas, kemandirian, dan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai kegiatan. Tujuan utamanya adalah untuk memberdayakan masyarakat agar dapat mengatasi berbagai tantangan sosial, ekonomi, dan politik yang dihadapi, serta memungkinkan mereka untuk berperan aktif dalam pembangunan dan perubahan yang positif dalam komunitas mereka.

Salah satu program pembangunan yang berpihak pada perempuan di desa atau kelurahan yaitu program UP2K atau Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga, merupakan salah satu program dari lembaga Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di setiap desa / kelurahan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan peran anggota PKK dalam rangka membantu keluarga masing-masing dalam mensejahterakan hidup lewat peningkatan usaha- usaha ekonomi mikro dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan dari setiap anggota PKK. Upaya meningkatkan perekonomian keluarga tersebut maka pemerintah dalam hal ini PKK yang merupakan organisasi pada perempuan yang memiliki peranan penting dalam upaya pemberdayaan masyarakat di tingkat desa/kelurahan dan kota di Indonesia termasuk PKK yang ada di Kelurahan Tumatangtang Satu Kecamatan Tomohon Selatan Kota Tomohon, melalui program UP2K ini membentuk beberapa kelompok yang terdiri dari anggota PKK yang aktif dan tidak memiliki pekerjaan. Dalam setiap kelompok ini, memiliki produk unggulan yang diproduksi langsung oleh anggota PKK. Salah satu produk yang menarik dan memiliki keunggulan yaitu sabun organik.

Ditengah meningkatnya kesadaran akan pentingnya pengelolaan limbah dan keberlanjutan lingkungan, sabun organik menjadi salah satu pilihan yang tepat dalam menjaga lingkungan sekitar. Sabun organik ini berbeda dari sabun – sabun yang sering digunakan oleh masyarakat, karena pada umumnya sabun yang digunakan ini terbuat dari bahan kimia yang tidak ramah lingkungan sehingga setelah digunakan limbah yang dihasilkan dapat merusak lingkungan sekitar.

Selain untuk menjaga lingkungan sekitar, sabun organik juga memiliki manfaat yang baik untuk tubuh manusia seperti dapat melembabkan kulit, membuat kulit menjadi halus, mengatasi penuaan dini, dan terhindar dari iritasi. Sabun ini cocok digunakan oleh masyarakat yang mempunyai kulit sensitif.

Sabun organik terbuat dari bahan- bahan yang ramah lingkungan sehingga limbah yang dihasilkan setelah penggunaan tidak mencemari lingkungan sekitar. Bahan – bahan yang digunakan dalam pembuatan sabun organik ini dapat ditemui disekitar lingkungan tempat tinggal kita, namun banyak masyarakat yang belum / tidak mengetahui manfaatnya. Salah satu bahan yang penting atau utama yaitu Eco Enzyme.

Eco enzyme merupakan cairan yang terbuat dari limbah dapur seperti kulit- kulit buah dan sayuran yang sudah tidak terpakai (tidak busuk), kemudian diproses dan pada akhirnya akan menghasilkan cairan Eco Enzyme. Cairan Eco enzyme ini terkenal dengan sebutan cairan sejuta manfaat. Selain Eco enzyme bahan – bahan lain yang digunakan yaitu charcoal, minyak kelapa murni, daun kelor, kunyit dan sodium hidroksida.

Dalam proses pembuatan untuk menghasilkan sabun organik yang layak dipasarkan atau diperjualbelikan, selain bahan – bahan yang digunakan terdapat juga alat – alat yang diperlukan dalam proses pembuatan sabun organik. Dalam hal ini, masih kurang tersedianya alat dan bahan yang digunakan untuk membuat sabun organik ini, sehingga proses produksi sabun organik masih terbatas. Selain itu, dalam penelitian ini peneliti menemukan hambatan lain seperti dalam proses memasarkan atau memperjualbelikan produk sabun organik yang telah dibuat.

Kelompok UP2K sabun organik ini, telah memulai melakukan pemasarannya menggunakan media sosial *facebook* namun belum memaksimalkan penggunaannya. Kurangnya edukasi / pengetahuan masyarakat tentang manfaat sabun organik ini, memengaruhi minat beli masyarakat terhadap produk ini, sehingga membuat penjualan tidak mengalami peningkatan. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat sabun organik, dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti, keterbatasan informasi yang tidak memiliki akses terhadap informasi mengenai manfaat sabun organik, kesadaran lingkungan yang rendah terhadap pentingnya memilih produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, serta harga dari produk sabun organik yang lebih mahal dibandingkan dengan sabun organik yang biasa masyarakat gunakan karena proses produksi, dan alat yang digunakan masih terbatas.

Penggunaan strategi pemasaran yang belum maksimal untuk menjangkau konsumen membuat penjualan produk tidak mengalami peningkatan. Dalam upaya mempromosikan dan memperjualbelikan produk sabun organik ini, para anggota kelompok UP2K dihadapkan dengan persaingan yang kompetitif, dan bagaimana cara memasarkan secara langsung (*direct marketing*) produk sabun organik kepada konsumen, sehingga dalam penulisan tugas akhir ini memiliki tujuan yaitu bagaimana cara menerapkan strategi pemasaran langsung yang baik dan tepat pada produk sabun organik, sehingga dengan adanya kegiatan promosi dapat mendorong minat beli masyarakat dan dapat meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran langsung (*direct marketing strategy*) merupakan strategi yang tepat untuk digunakan dalam meningkatkan penjualan. Dengan menggunakan

direct marketing pada proses promosi produk UP2K sabun organik di kelurahan tumatangtang satu, dapat menjalin komunikasi secara langsung dengan konsumen, sehingga dalam proses promosi produk dapat memberikan informasi mengenai produknya, yang akhirnya akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut sehingga meningkatkan penjualan.

Penelitian yang dilakukan ini, mendukung terciptanya pemasaran yang baik dan upaya dalam mengembangkan dan memperkenalkan kepada masyarakat usaha produk sabun organik. Untuk mendukung penelitian ini, peneliti memilih mitra untuk dilakukan penelitian yaitu UP2K PKK melalui salahsatu kelompok pelaksana yang memiliki produk unggulan yaitu sabun organik. Tempat penelitian ini terletak di Kelurahan Tumatangtang Satu, Kec. Tomohon Selatan Kota Tomohon. Melalui proses promosi produk sabun organik yang dilakukan, dapat mengembangkan teknologi digital melalui strategi pemasaran langsung (*direct marketing strategy*) dalam rangka mendukung usaha anggota PKK dalam memperkenalkan produk unggulan yang memiliki segudang manfaat baik untuk tubuh manusia dan lingkungan sekitar.

1.2 Identifikasi Masalah

- a. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat sabun organik.
- b. Penggunaan media sosial yang belum maksimal dalam proses promosi.
- c. Penggunaan strategi pemasaran yang belum maksimal.
- d. Keterbatasan alat yang digunakan dalam proses pembuatan produk.

1.3 Batasan Masalah

Batasan lingkup masalah dalam penelitian ini, berfokus pada penggunaan strategi pemasaran langsung yang tepat dalam menjangkau konsumen untuk meningkatkan penjualan. Dan memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai alat yang digunakan dalam mempromosikan secara langsung produk sabun organik oleh anggota kelompok UP2K.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

- a. Bagaimana penggunaan strategi pemasaran langsung yang baik dan efektif dalam mempromosikan produk sabun organik untuk meningkatkan penjualan ?
- b. Bagaimana memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai alat promosi yang digunakan untuk mempromosikan secara langsung produk sabun organik?

1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penggunaan strategi pemasaran langsung (*Direct Marketing Strategy*) yang efektif melalui sosial media dalam mempromosikan produk sabun organik kepada konsumen dan dapat meningkatkan penjualan.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

- a. Dalam penelitian dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai penggunaan strategi pemasaran langsung dalam mempromosikan produk untuk meningkatkan penjualan.
- b. Dalam melakukan penelitian ini, dapat menambah ilmu untuk penulis mengenai Strategi Pemasaran Langsung (*Direct Marketing Strategy*).

