

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Sebuah *brand* yang menjual sebuah produk pasti akan mengeluarkan produk baru untuk mengembangkan produk pada *brand*-nya dan untuk menarik konsumen dengan berbagai jenis produk yang dimiliki. *Product Launch* merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan atau *brand* dalam memasarkan produk baru mereka kepada pasar dan konsumen. Ini adalah salah satu upaya besar untuk menghasilkan minat, antusiasme, dan ekspektasi positif terhadap produk baru tersebut. Peluncuran produk adalah tahap penting dan dapat mempengaruhi kesuksesan jangka panjang produk tersebut di pasar. *Product launch* menjadi momen penting suatu merek di pasar dan dapat menciptakan dampak yang signifikan. Kesuksesan peluncuran produk dapat mendorong pertumbuhan bisnis dan membangun hubungan yang kuat antara *brand* dengan pelanggan.

*Product Launching* pasti memiliki beberapa tujuan, beberapa tujuan *Product launching* adalah (Foodizz, 2021) :

1. *New Traffic Generator (TC)*

*Product launching* dibuat dengan tujuan untuk mendatangkan *market* baru

2. *Brand Relevant*

Produk diluncurkan untuk membuat *brand* kita tetap relevan dengan *market* atau konsumen agar konsumen tidak merasa produk yang dimiliki sudah tertinggal.

3. *Reducing Inventory*

Produk baru juga bertujuan untuk mengurangi stok gudang yang tidak berputar sehingga menyebabkan *cost* bagi perusahaan.

#### 4. *ReBrand*

Produk diluncurkan sebagai upaya untuk melakukan *rebranding*, misalnya mengganti *brand positioning*, karena sudah tidak relevan lagi dengan kondisi saat ini, baik dari sisi konsumen, persaingan, ataupun perubahan pasar.

#### 5. *APC Increase*

*Product launch* dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan APC (*Average per Check*), sehingga membuat penjualan lebih cepat dicapai.

#### 6. *Low Hanging Fruit*

*Launching Product* dibuat dengan tujuan untuk memanfaatkan sesuatu yang sudah pasti jadi omset bagi karena bisa jadi produk tersebut sudah sangat familiar sehingga kita sesegera mungkin berusaha menjadikan ini sebagai strategi untuk meluncurkan produk baru.

#### 7. *Profit Increase*

*Product Launch* ditujukan untuk meningkatkan profit perusahaan, sehingga membuat net income/profit perusahaan menjadi lebih tinggi.

#### 8. *Brand Exposure*

*Launching Product* dibuat dengan tujuan mendapatkan *exposure/awareness*, strategi ini bisa dalam wujud kolaborasi dengan *brand* lain, sehingga muncul potensi untuk mendapatkan

liputan media serta *cross awareness* dengan memanfaatkan media masing-masing *brand* yang berkolaborasi.

Beberapa hal yang harus diperhatikan saat sebuah *brand* jika ingin mengeluarkan produk baru, yaitu :

1. Pengenalan Produk : Peluncuran produk bertujuan untuk memperkenalkan produk baru kepada publik. Produk yang dapat diluncurkan berupa produk fisik, layanan, atau bahkan perangkat lunak.
2. Persiapan : Sebelum melakukan peluncuran produk, perusahaan perlu melakukan persiapan yang cermat, termasuk penelitian pasar, pengembangan produk, perencanaan pemasaran, dan penentuan target pasar.
3. Strategi : Perusahaan biasanya merancang strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai target pasar mereka. Ini bisa mencakup promosi melalui iklan, media sosial, email, atau metode lainnya.
4. Komunikasi : Selama peluncuran, komunikasi yang efektif kepada audiens adalah kunci. Ini bisa melalui presentasi produk, kampanye iklan, siaran pers, atau bahkan acara khusus.
5. Pelibatan Konsumen : Beberapa peluncuran produk melibatkan konsumen dalam prosesnya, seperti pemilihan desain produk atau crowdfunding, untuk menciptakan keterlibatan lebih awal.
6. Pengukuran Keberhasilan : Setelah peluncuran, perusahaan akan mengukur keberhasilan peluncuran berdasarkan faktor-faktor seperti penjualan, *engagement*, *feedback* pelanggan, dan lainnya.

Dalam kelancaran peluncuran sebuah produk, tentunya dibutuhkan strategi pemasaran yang baik, salah satunya dengan *product profile*. Pemasaran adalah sebuah sistem dari usaha yang ditujukan untuk menentukan harga, merencanakan, mempromosikan, dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Abdullah & Tantri, 2019). Pemasaran atau *Marketing* tentu saja sangat penting karena dapat mendukung pencapaian sebuah *brand* dengan cara menjangkau target pasar, memperkenalkan produk atau layanan, membangun kesadaran merek, memelihara hubungan pelanggan, serta meningkatkan volume penjualan dan profitabilitas.

*Product profile* merupakan salah satu teknik marketing dalam bisnis. *Product profile* terdiri dari 7P, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*. Untuk mempromosikan barang pada sebuah *brand* salah satunya dapat dilakukan dengan pembuatan *product profile*. Menurut (Handayani et al., 2018) *product profile* bukan hanya terdiri dari teks, melainkan menyertakan gambar, audio, animasi, dan video. *Product Profile* berfungsi sebagai alat yang berharga bagi bisnis untuk mengkomunikasikan informasi penting tentang produk secara efektif kepada pelanggan, pemangku kepentingan, dan tim internal.



Gambar 1. 1 7P Marketing

Sumber : Online Manipal

*Product profile* sangat penting karena dapat berfungsi sebagai sumber informasi mengenai suatu produk kepada pelanggan. Selain itu *Product profile* penting karena beberapa hal, yaitu :

1. Informasi Akurat : *Product profile* memberikan informasi akurat tentang produk, fitur-fiturnya, dan manfaatnya, yang membantu pelanggan membuat keputusan pembelian yang tepat.
2. Target Marketing : *Product profile* membantu bisnis menargetkan audiens yang tepat dengan pesan yang tepat, sehingga meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran.
3. Keunggulan Kompetitif : *Product profile* yang dibuat dengan baik dapat membedakan suatu produk dari pesaingnya, sehingga lebih menarik bagi calon pelanggan.
4. Pengalaman Pelanggan : *Product profile* membantu *brand* memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, memungkinkan mereka memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.
5. Menaikkan Sales atau Penjualan : *Product profile* dapat meningkatkan penjualan dengan membangun kepercayaan dan keyakinan dengan calon pelanggan.

Hal ini disadari Beliberlian.id, sehingga Beliberlian.id menggunakan sosial media sebagai media penyebaran produk profile untuk mempromosikan produk baru serta memberikan edukasi mengenai berlian dan produk Beliberlian.id

Beliberlian.id merupakan sebuah *brand* dibawah naungan PT. Cahaya Sani Vokasi yang bergerak pada bidang perhiasan terutama berlian. Beliberlian.id menjual perhiasan berlian dengan harga terjangkau. Beliberlian.id berfokus pada pembuatan perhiasan berlian yang dirancang untuk anak muda. Setiap koleksi Beliberlian.id dirancang untuk menangkap esensi kemudaan sekaligus

memancarkan keanggunan dan pesona. Berlian sendiri bukan hanya digunakan untuk perhiasan, tetapi juga bisa digunakan untuk investasi jangka panjang. Nilai berlian cenderung meningkat dari waktu ke waktu. Berlian juga bisa dijual kembali dengan mudah mengikuti harga pasaran yang berlaku.

Beliberlian.id sendiri cukup sering meluncurkan produk baru, hal ini dilakukan untuk mengembangkan inovasi dan kreasi dari berbagai produk dan mengembangkan produk-produk yang ada pada Beliberlian.id.



Gambar 1. 2 Logo Beliberlian.id

Sumber : Beliberlian.id

Gambar diatas merupakan logo dari brand Beliberlian.id.

Karya yang akan dibuat adalah video *product profile* dari produk Beliberlian.id. Dengan karya video ini, diharapkan produk Beliberlian.id dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Selain itu, *product profile* ini diharapkan dapat lebih menonjolkan kelebihan Produk dari Beliberlian.id dibandingkan merek lainnya. *Product profile* akan dibuat dalam tiga bentuk video, poster, serta brosur. Pengolahan video akan menggunakan *Capcut*, sedangkan poster dan brosur memakai Canva.

## 1.2 Tujuan Karya

Tujuan dari pembuatan skripsi berbasis karya *product profile launching* produk Beliberlian.id ini adalah untuk memperkenalkan produk terbaru dari Beliberlian.id dan memperkenalkan *brand* Beliberlian.id kepada khalayak luas, serta diharapkan

dapat memberikan informasi mengenai *brand* kepada masyarakat luas melalui perancangan video promosi, brosur, poster, dan *point of purchase*.

### **1.3 Kegunaan Karya**

Kegunaan dari pembuatan karya *product profile launching* produk ini adalah :

#### **1.3.1 Kegunaan Akademis**

Dengan pembuatan karya ini diharapkan dapat menjadi referensi karya serupa untuk mahasiswa mengenai tugas akhir berbasis karya khususnya pembuatan *product profile*, brosur, poster, dan *point of purchase*. Karya ini diharapkan juga dapat memberikan wawasan praktik komunikasi dalam meningkatkan promosi produk dari sebuah *brand*.

#### **1.3.2 Kegunaan Praktis**

Karya ini diharapkan dapat memberi wawasan kepada masyarakat luas mengenai pembuatan *product profile* serta meningkatkan *awareness* kepada masyarakat luas mengenai *brand* Beliberlian.id serta diharapkan dapat menjadi referensi *brand* lain dalam pembuatan video promosi.

#### **1.3.3 Kegunaan Sosial**

Karya ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap *brand* Beliberlian.id kepada masyarakat luas dan memberikan edukasi mengenai *brand* dan juga produk yang dihasilkan. Diharapkan juga dengan adanya video promosi ini, menjadikan *brand* Beliberlian.id sebagai salah satu *brand* yang lebih dikenal oleh masyarakat luas dan dekat dengan pelanggan, serta dapat memberitahukan kepada masyarakat luas keunggulan dari produk Beliberlian.id.