

## **BAB III**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Sajian Data**

##### **1. Proses Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran More Vapor**

Sebelum melakukan program strategi komunikasi pemasaran, perusahaan perlu untuk melakukan perencanaan matang dalam memasarkan produknya di pasaran. Perusahaan harus melakukan survey dahulu, melihat ke lapangan seperti apa kebutuhan konsumen agar produk yang dipasarkan laku dan dapat memberi laba pada perusahaan.

Dalam hal ini More Vapor melakukan perencanaan dengan metode analisis SWOT untuk menganalisis pasar. Analisis SWOT bermanfaat untuk mengetahui keunggulan, kelemahan, peluang pasar dan persaingan di rokok elektrik. Hal ini tentunya sangat bermanfaat untuk menjalankan bisnis More Vapor.

Setelah itu, More Vapor menerapkan strategi komunikasi pemasaran yakni 4P, *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Faktor 4P tersebut menjadi penting karena berhubungan dengan penjualan produk. Berikutnya ialah implementasi strategi komunikasi pemasaran yang berkaitan dengan peningkatan omset penjualan. Implementasi merupakan penerapan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan omset penjualan.

### **a. Analisis SWOT**

Sebelum menerapkan Strategi Komunikasi Pemasaran, tentunya More Vapor memiliki perencanaan Komunikasi Pemasaran untuk meningkatkan omset penjualan dengan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, di mana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

## 1) *Strenght* ( **Kelebihan** )

Kelebihan atau kekuatan dari More Vapor dibandingkan dengan toko vapor lainnya:

- **Kualitas**

More Vapor memiliki kualitas yang bagus. Produk-produk buatan More Vapor maupun barang yang dijual More Vapor menggunakan bahan yang berkualitas dan tentunya aman untuk dinikmati. Produk yang dijual More Vapor tentunya memiliki kualitas yang terjamin bukan asal produk yang dijual demi meraup keuntungan semata. Misalnya untuk, vape (mood) nya tentunya yang memiliki label SNI dan cairan liquidnya kebanyakan barang import yang kualitasnya terjamin dan tidak menimbulkan iritasi maupun alergi.

Menurut hasil wawancara dengan owner More Vapor :

“Produk yang kami jual memiliki kualitas tinggi. Ada beberapa liquid yang impor dari US dan Malaysia. Selain itu kami memiliki varian rasa yang beragam. More Vapor juga melayani jasa delivery servis juga.”(wawancara dengan Bryan Owner More Vapor pada bulan Desember 2017).

- **Produk yang komplet**

More Vapor merupakan salah satu toko perlengkapan vapor yang komplet di Yogyakarta. Selain alat vapor, More Vapor juga menyediakan berbagai kebutuhan vapor seperti kawat, kapas, liquid dan sebagainya.

More Vapor merupakan importir utama di Yogyakarta, jadi barang-barang import yang dijual oleh vape store lain di area DIY & Jateng ambilnya di More Vapor atau di importir besar di Jakarta. Produk yang dijual di More Vapor cukup komplit mulai barang dari Malaysia, China dan USA.

Menurut Bryan Alvano owner More Vapor :

“Ditoko kami menyediakan berbagai kebutuhan bagi para pecinta vapor dan kita juga menerima jasa pembersihan alat vapor. Produk-produk yang kami jual juga beragam dan ada beberapa kelas harganya jadi bagi pelanggan bisa menyesuaikan dengan budgetnya masing-masing.”(wawancara dengan Bryan Owner More Vapor pada bulan Desember 2017).

## 2) *Weakness* ( Kelemahan )

### ▪ **Pro Kontra Rokok Elektrik**

Vapor atau rokok elektrik sebenarnya sesuatu yang baru di Indonesia. Jadi kontroversi dan pro kontra tentang keamanan dan dampak negatif Vapor ini masih diperdebatkan.

Vape atau rokok elektrik adalah salah satu jenis dari penghantar nikotin elektronik. Rokok elektrik dirancang untuk membantu pecandu rokok tembakau mulai berhenti merokok. Dengan beralih dari rokok tembakau ke rokok elektrik, secara perlahan mereka belajar untuk berhenti merokok. Rokok elektrik terdapat dalam berbagai bentuk dan ukuran, tetapi terdapat tiga komponen utama dalam rokok elektrik, yaitu baterai, elemen pemanas, dan tabung yang berisi cairan (*cartridge*).

Berdasarkan hasil *Public Health of England*, risiko rokok tembakau bahayanya 100 persen, kalau rokok elektrik bahayanya 5 persen. Jadi ada penurunan bahaya sebesar 95 persen. Angka itu diteliti dari kandungan antara dua rokok itu. Pada rokok asap, ada zat racun pencetus kanker. Jadi semua racun itu menurun drastis pada rokok elektrik," tuturnya.

Penelitian lain yang dikutipnya adalah hasil pengamatan terhadap tiga sampel, yaitu orang yang mengonsumsi rokok asap, orang yang telah beralih ke rokok elektronik selama enam bulan, dan orang yang masih mengonsumsi dua rokok tersebut. Hasilnya, adalah perokok elektronik kandungan racun dalam tubuhnya menurun hingga 97 persen sedangkan kandungan racun pada dua sampel lainnya adalah sama.

### **3) Opportunity ( Peluang Bisnis )**

- **Vapor Menjadi Gaya Hidup (*Lifestyle*)**

Yogyakarta saat ini sedang *hits vaping* setelah "virus" ini datang dari belahan kota lain seperti dari Jakarta dan Kota Kembang Bandung. Tren satu ini sebagian besar memang sedang digandrungi oleh ABG, mahasiswa dan para pecinta *vape*.

Vape atau yang dikenal sebagai rokok elektronik kini menjadi sebuah pilihan sebagai pengganti rokok konvensional. Bahkan Vape telah menjadi sebuah gaya hidup baru bagi pecinta lifestyle di berbagai kota

besar di Indonesia bahkan dunia. Vape biasanya dianggap lebih hemat dan tidak berbahaya bagi tubuh si pengguna.

Vape atau rokok elektrik walaupun harganya yang terbilang cukup *lumayan* mahal, bukan berarti tidak memiliki zat berbahaya yang membuat penggunanya kecanduan, salah satu zat yang terkandung oleh vape adalah nikotin.

Walaupun vapor memiliki harga yang lebih mahal dari rokok biasanya, harga vape berkisar 500-1,5 juta, mungkin untuk sebagian orang vape lebih menyenangkan untuk kalangan remaja, selain lebih menyenangkan dari rokok pada umumnya alat yang digunakan untuk vaping ini bisa diisi ulang dengan cairan vapor (e-juice) dan memiliki rasa-rasa yang bervariasi.

#### 4) *Threat* ( Hambatan )

- **Menjamurnya Bisnis Vapor**

Hambatan dari More Vapor adalah menjamurnya bisnis rokok elektrik di Yogyakarta. Selain itu, banyak bermunculan *vape store* baru di Yogyakarta yang semakin menambah persaingan. Di Yogyakarta sendiripun sudah banyak sekali *vape store* dengan berbagai konsep yang berbeda. Hal ini yang menjadi pemacu More Vapor untuk meningkatkan kualitas produk agar bisa bersaing dengan *vape store* lainnya.

Trend vapor atau rokok elektrik sebagai pengganti rokok konvensional kini mulai 'ngetrend' di berbagai kota besar Indonesia termasuk Yogyakarta. Vapor sendiri mulai masuk dan berkembang di DIY ini sejak 2013 lalu dan selang tiga tahun perkembangannya sangat luar biasa.

Betapa tidak, kini di hampir semua kabupaten/kota di DIY di lokasi jalan strategis berbagai vapor house muncul untuk memuaskan hasrat bervaping bagi penggunanya yang semakin hari semakin bertambah. Berjualan liquid atau cairan yang akan diuapkan hingga perkakas macam MOD (tempat pemacu listrik dan baterai) dan Atomizer (tempat meletakkan liquid) atau bahkan sekedar kawat kumparan (coil) pun kini jadi pilihan bisnis yang disasar para pengusaha.

Sebagai usaha dagang More Vapor selalu melakukan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk tercapainya suatu kepuasan bagi konsumen. Seperti halnya pada proses komunikasi pemasarannya, yang menggunakan beberapa bentuk strategi yang termasuk dalam bentuk komunikasi pemasaran dengan tujuan meningkatkan jumlah konsumen. Beberapa aspek yang juga dinilai sebagai penunjang penjualan More Vapor antara lain produk, harga, dan sarana promosi.

**a) Product ( Produk )**

Dalam penelitian ini terkait dengan kegiatan komunikasi pemasaran dan promosi yang dilakukan dalam penyampaian pesan akan produk yang ditawarkan More Vapor seperti vapor, liquid, kapas dan beberapa aksesoris lainnya. Sebagian besar produk yang dijual oleh More Vapor merupakan produksi sendiri dan ada juga barang import. Banyaknya pilihan dari berbagai merk dan kualitas menjadi salah satu keunggulan dari More Vapor.

- **Rokok Elektrik (Vapor)**



**Gambar 4.1**

**Vapor Towis More Vapor**

Rokok elektrik merupakan salah satu produk yang dijual oleh More Vapor. Untuk produk ini more tidak memproduksi sendiri, rokok-rokok elektrik ini ada yang berasal dari Indonesia maupun import dari Malaysia, Singapura, China dan Amerika.



Menurut Azari Aprianto, GM More Vapor :

“Untuk produk rokok elektrik kita memiliki kelas, ada kelas untuk pemula, medium dan expert. Ada merk Tesla, Towis, Wismec, Pico, Therion, dari beberapa merk tersebut Pico merupakan produk yang paling laris karena harganya lebih terjangkau dan cocok untuk pemula yang ingin coba-coba”(Wawancara pada Desember 2017).

- **Liquid**

**Liquid** yang utama dalam vapor ini sebetulnya adalah cairannya. Cairan dari vapor ini merupakan campuran dari PG + VG + beberapa perasa yang bahannya tak beda dengan perasa kue. Ada berbagai macam varian rasa seperti buah-buahan, roti, kopi dan sebagainya. Liquid yang dijual oleh More Vapor ada beberapa merk dan kualitas lokal atau import.



**Gambar 4.2**

## **Liquid The Totem (Local Brand)**

### **b) Price ( Harga )**

Dalam penawarannya More Vapor memberikan harga yang disesuaikan dengan target sasarannya. Adapun harga yang ditawarkan cenderung lebih murah dibanding Vape Store lain karena di More Vapor juga menjadi tempat kulakan bagi Vape Store lain.

Harga yang ditawarkan More Vapor sangat beragam karena memang memiliki banyak pilihan produk mulai dari kelas lokal hingga internasional. Untuk harga Mod (Vapor) untuk kelas pemula dibandrol sekitar 400-750 ribu sudah komplit tinggal “ngebul”, kelas medium berkisar 750-1,5 juta dan untuk kelas premium bisa mencapai diatas 2 jutaan. Harga liquid lokal biasanya dibandrol sekitar 75-150 ribu (100mm) dan untuk liquid manca mencapai 200-500ribu dan liquid yang paling mahal yaitu dari US (Amerika Serikat). Untuk produk tambahan seperti kawat, kapas dll itu sekitar 5-100ribu saja.

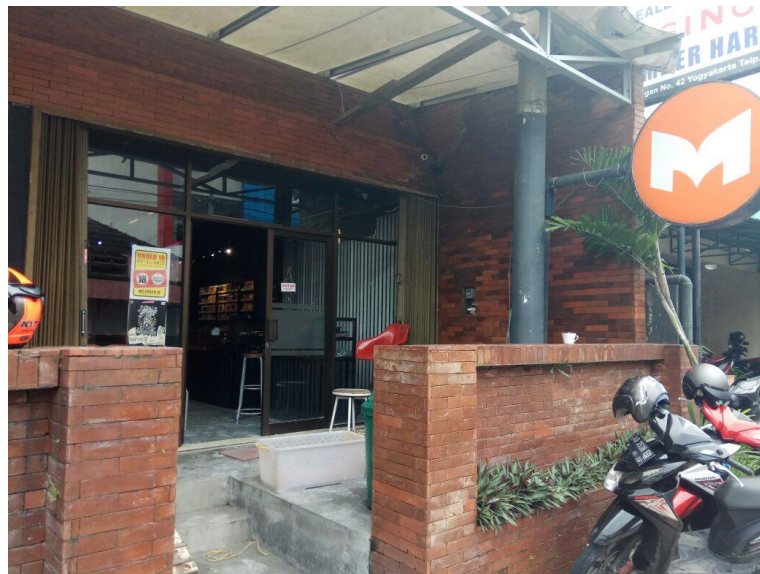
Menurut Dimas Tunjung selaku Manager Store More Vapor :

“Untuk harga yang kami tawarkan lebih miring dari toko lain soalnya kita biasanya jadi tempat kulakan vape store lain. Selain itu, juragan More Vapor merupakan salah satu importir besar pertama vapor di Yogyakarta. Untuk produk-produk kita jelas lebih murah apalagi kalau barang import karena di Jogja yang bisa mendatangkan liquid dan mod ialah Mas Bryan (Owner More Vapor)” (Wawancara pada bulan Desember 2017).

### **c) Place ( Tempat )**

Tempat yang nyaman dan lokasi yang strategis menjadi yang utama bagi More vapor. More Vapor beralamatkan di Jalan Kranggan, Pakuningratan. More Vapor juga memiliki banyak cabang dan masih satu manajemen yang tersebar wilayah Yogyakarta seperti More Vapor (Glagahsari), Ethos Vape Store (Taman Siswa), Vape On (Jl.Perumnas,Condongcatur), Vapelife (Jl. Kaliurang), Venom Vape (Jl. Godean, Patran).

More Vapor berada di kawasan strategis yang tersebar dipenjuru Yogyakarta. Kawasan tersebut merupakan gudangnya anak muda, karena memang disitu banyak sekali anak kos-kosan atau anak muda yang segmentasinya sangat cocok dengan More Vapor karena memang konsumen dari More Vapor ialah anak muda dan pekerja.





**Gambar 4.3 Toko More Vapor**

## **Jalan Kranggan**

### **2. Implementasi Strategi Promosi More Vapor**

Strategi memegang peranan vital dalam penentuan keberhasilan pemasaran. Strategi merupakan dasar membangun merek, strategi menjaga agar periklanan dan elemen pemasaran berada dalam jalur yang tepat serta membangun kepribadian merek dengan jelas dan konsisten. Strategi mewakili jiwa sebuah merek dan menjadi elemen penting untuk keberhasilan.

Sukses dalam mempromosikan suatu produk maupun jasa maka diperlukan suatu strategi komunikasi pemasaran yang tepat. Secara umum strategi diartikan

rencana-rencana yang disusun untuk mencapai tujuan. Jadi, strategi promosi adalah rencana-rencana yang disusun secara mendasar melalui pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam upaya memperkenalkan produk atau jasa yang dihasilkan kepada masyarakat.

#### **a) Bauran Promosi**

Dalam penelitian ini terkait dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan More Vapor dalam penyampaian pesan akan pemberitahuan, informasi atau menawarkan program dengan tujuan meningkatkan jumlah konsumen. Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Promosi penjualan hanya meningkatkan jumlah pelanggan dalam jangka waktu pendek.

#### **1) Advertising ( Periklanan )**

Periklanan merupakan salah satu bentuk utama komunikasi interpersonal yang digunakan oleh More Vapor. Iklan merupakan bentuk komunikasi tidak langsung dalam memberikan informasi mengenai keberadaan dan keunggulan sebuah produk sehingga bertujuan untuk menimbulkan rasa penasaran dan akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian. Namun kendala yang dihadapi adalah beriklan di media massa membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Sehingga dibutuhkan strategi pemasaran lain yang lebih fokus agar iklan yang

mereka buat dapat berguna secara efektif. Ada beberapa macam iklan yang digunakan oleh More Vapor, antara lain :

- **Iklan Media Cetak ( Koran / Majalah )**

Berbagai cara sudah menjadi kelayakan bagi dunia usaha dalam mencari sesuatu yang sifatnya menarik. Dalam penyampaiannya sebuah pesan yang akan tersampaikan tersebut baiknya tak lepas dari hal mendasar lainnya dalam beriklan, yaitu informatif dan persuasif.

More Vapor juga memanfaatkan media cetak sebagai media promosi mereka salah satunya adalah iklan di Koran dan majalah. Koran dan majalah dinilai lebih efektif dan efisien karenakorannya lebih sering dibaca oleh masyarakat dan lebih mudah didapatkan dan harga iklannya pun relatif murah dibandingkan media televisi.

Menurut Bryan Alvano, Owner More Vapor :

“ Secara rutin, minimal satu bulan sekali More Vapor selalu memasang iklan di Koran atau majalah. Iklan berupa diskon atau event yang diselenggarakan More Vapor. Selain untuk promosi produk dan event, iklan juga sebagai pencitraan branding More Vapor agar makin dikenal masyarakat dan tetap eksis”.



**Gambar4.4. Iklan di Tribun Jogja  
Edisi Rabu, 17 November 2017**

▪ **Banner & Flayer ( Brosur )**

Berbagai cara sudah menjadi kelayakan bagi dunia usaha dalam mencari sesuatu yang sifatnya menarik. Dalam penyampaian sebuah pesan yang akan tersampaikan tersebut baiknya tak lepas dari hal mendasar lainnya dalam beriklan, yaitu informatif dan persuasif.

Flayer atau Brosur merupakan salah satu media promosi yang cukup efektif karena di dalam flayer tersebut biasanya terdapat informasi tentang produk More

Vapor. Selain itu, flayer juga dijadikan media jika More Vapor memiliki produk baru atau promosi maupun diskon. Flayer ini biasanya ditaruh di toko More Vapor atau disebar pada waktu acara pameran.

Dengan komposisi berbentuk gambar ataupun tulisan tanpa mengurangi nilainya, banner merupakan salah satu media iklan luar ruang yang digunakan sebagai media informasi tentang produk yang ditawarkannya.

Dalam membuat iklan anda di luar ruangan seperti Flayer atau Brosur, informasi mengenai produk dan layanan yang anda tawarkan harus benar-benar memberikan informasi yang diinginkan oleh calon pelanggan anda. Ada baiknya anda mencantumkan nama perusahaan anda, nama produk dan jasa anda, gambar produk dan jasa anda, alamat atau nomor telepon yang dapat dihubungi, sehingga pelanggan anda mengetahui secara jelas apa dan bagaimana produk dan jasa yang anda tawarkan.

Flayer atau Brosur sebagai bentuk publikasi dua dimensional dan satu muka, digunakan untuk menyajikan informasi, data, jadwal, atau penawaran, dan untk mempromosikan orang, acara, tempat, produk, perusahaan, jasa atau organisasi. Adapun standarisasi dari More Vapor dalam mendesain Flayer atau Brosur seperti :

- Ukuran huruf untuk Flayer atau Brosur dibuat besar sehingga terbaca dari jarak jauh.



- Layout dibuat simple, tidak membingungkan pembaca.
- Masukkan informasi penting yang dibutuhkan pembaca, seperti tanggal, jam, tempat, harga tiket CP, dan lain-lain.
- Ada satu elemen yang ditonjolkan (paling Dominan), baik judul ataupun ilustrasi, yang sekilas dapat menarik perhatian.
- Memuat satu informasi paling penting dan ditonjolkan dengan ukuran warna, atau value (kontras).
- Memuat unsur seni yang sesuai dengan pesan atau informasi.
- Huruf dan elemen visual disusun dalam urutan yang logis.
- Ilustrasi foto hendaknya dipilih yang tidak lazim (unusual) dan bila perlu di cropping agar lebih terlihat.
- Huruf untuk Flayer atau Brosur sebaiknya tebal, dengan warna-warna kontras sehingga mudah terlihat dari kejauhan.

Menurut Dimas Tunjung, Manager Store More Vapor :

” Secara berkala More Vapor menyebarkan brosur langsung ke masyarakat, maupun memasang iklan banner di depan toko atau di perempatan jalan untuk mempromosikan produk dan diskon dari More Vapor”.



**Gambar 4.5. Brosur More Vapor**

**Sumber : Dokumentasi More Vapor 2017**

## **2) Media Sosial**

More Vapor juga memanfaatkan media social seperti *faceebook*, *twitter* dan *instagram* sebagai media promosi mereka dan salah satu cara efektif untuk memasarkan produk-produk mereka karena dengan menggunakan media social biaya pengeluaran murah dan dampaknya sangat efektif. Media sosial ini dimanfaatkan untuk *sharing* produk terbaru maupun info *event* dan diskon kepada *followers*.

Menurut Mustika Anggraini, Public Relation More Vapor:

“Fokus promosi More Vapor ialah lewat media online, karena tanpa biaya sepeser pun. Kami memanfaatkan media-media yang sudah ada. Media jejaring sosial ini sangat efektif untuk promosi produk kami apalagi konsumen kita rata-rata anak muda”. (Wawancara dengan Dimas Tunjung, ManagerStore More Vapor, 28 Desember 2017).

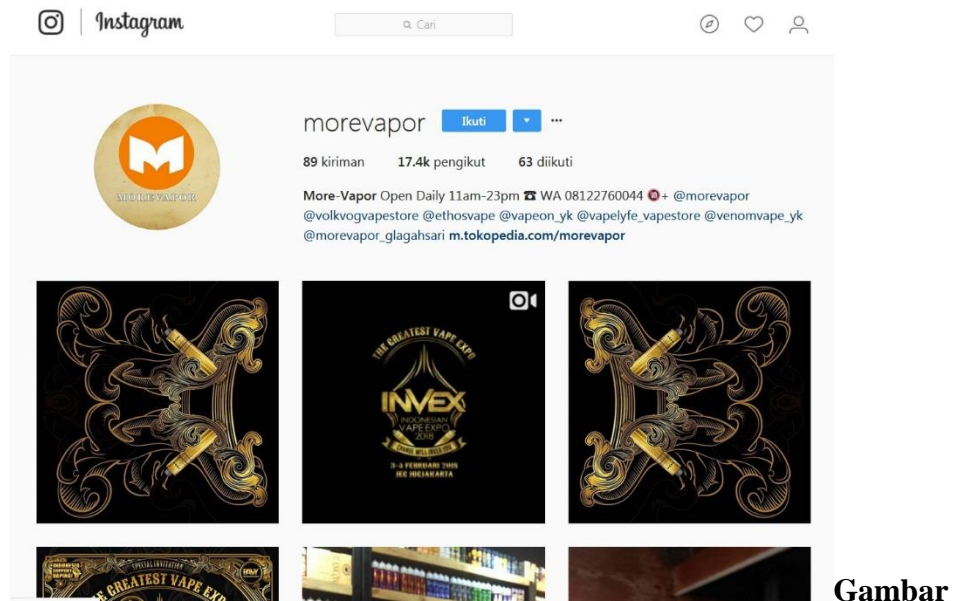
Menurut Mustika Anggraini, Public Relation More Vapor:

“Medsos yang aktif kita gunakan ialah *twitter* dan *instagram* karena itu yang cukup viral untuk saat ini. Antusiasme konsumen juga banyak terbukti dari follower yang mencapai puluhan ribu. Melalui medsos ini kami selalu *update* info-info terbaru seputar More vapor seperti produk, *event* maupun diskon.” (Wawancara 29 Desember 2017).

- **Instagram**

More Vapor memiliki akun instagram @**morevapor** yang memiliki *follower* atau pengikut sebanyak 17.400. Rata-rata *followers* dari instagram tersebut ialah anak muda. More Vapor memanfaatkan instagram untuk berinteraksi dengan konsumen dan mempromosikan produk-produk baru mereka.

Dalam postingan foto di instagram, More Vapor rajin mengupdate foto produk maupun event terbaru mereka. Lewat instagram tersebut More Vapor juga menjaring *reseller* yang ada di seluruh Indonesia. Selain itu, manfaat instagram tersebut ialah sebagai katalog produk yang mereka produksi. Melalui instagram juga banyak konsumen ataupun reseller yang membeli produk More vapor.



Gambar

#### 4.6. Instagram More Vapor

### 3) *Personal Selling* (Pameran)

Dalam pengembangan sebuah usaha, pelaksanaan komunikasi pemasaran harus berjalan dan jangan pernah berhenti untuk mencari peluang. Tak hanya berjualan di toko dan lewat media online saja, More Vapor juga menggunakan media pameran yang sering diadakan. Pameran ini juga termasuk dalam pemasaran atau penjualan langsung kepada konsumen. Hal ini dilakukan dalam upaya meraih konsumen dan meningkatkan penjualan produk More vapor.

More vapor selalu berpartisipasi dalam kegiatan pameran. More Vapor rutin mengikuti acara pameran-pameran Vapor yang ada di Yogyakarta, Jakarta, Bandung, Surabaya. Pameran yang diikuti More Vapor ini kebanyakan berskala nasional tapi

prioritasnya di Pulau Jawa. Melalui pameran Vapor tersebut More Vapor bisa mendapatkan keuntungan 3 kali lipat dari hari biasanya. Selain itu, pameran juga menjadi sarana promosi bagi More Vapor agar lebih mengenalkan produk-produknya kepada masyarakat.

Menurut Bryan Alvano, Owner More Vapor:

“*Event* memang sangat menunjang dalam hal penjualan dan pengenalan produk kami, tapi jika tidak sesuai segmen biasanya kita malah rugi karena memang biaya untuk sewa *stand* pameran mahal tapi sangat berarti dalam meningkatkan penjualan produk kami”

(Wawancara dengan Owner *More Vapor* 10 Desember 2016).



**Gambar 4.7 : Stand More Vapor diacara “Jogja Ngebul” 2017**

**Sumber : Dokumentasi More Vapor 2017**

Pameran vapor merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan omset penjualan. Dalam tiap pameran, More vapor dapat menjual ratusan barang dalam satu pameran saja. Keuntungan dalam mengikuti pameran tersebut juga sangat signifikan, karena omset pendapatan bias tiga kali lipat dari jualan di toko saja. Selain itu, saat pameran tersebut juga banyak reseller baru yang ingin menjadi mitra bisnis More Vapor.

#### **4) *Public Relation ( Event )***

Untuk menunjang promosi More Vapor juga sering mengadakan *event* untuk yang bersegmen anak muda seperti *Vape Trick*. More Vapor pernah mengadakan beberapa event di Yogyakarta untuk mempromosikan *trend* rokok elektrik.

Menurut Bryan Alvano, Owner More Vapor:

“Acara Vapor Trick baru berjalan 2 kali di Yogyakarta dan animo anak muda di Yogyakarta sangat bagus. Ternyata banyak peserta yang mengikutinya dan pengunjungnya pun juga banyak.”

(Wawancara dengan Owner More Vapor, 10 Desember 2017).

Selain membuat *event* sendiri More Vapor juga menjadi *sponsorship event* untuk acara serupa maupun yang bersegmen anak muda. More Vapor menjadi

*sponsorship* acara yang sesuai dengan konsep dan *segmentasi* mereka. More Vapor dalam hal ini memberikan support berupa uang dan produk-produk mereka seperti *vapor* atau *liquid*. Strategi *Sponsorship* ini dapat membedakan sekaligus meningkatkan nilai suatu merek.

**KING OF CLOUDS**  
**S.O.I**  
SUGAR AND INNOVATIONS  
**STEAM QUEEN JUICE**

HOST BY:  
VAPEBOSS

**JUDGE**

 @BENVAPING  
 @DEKAYG  
 @FATRHO

**KATEGORI CLOUDTRICK**  
JUARA 1: RP. 2.000.000 + MOD S.O.I X + TIKET GRAND FINAL  
JUARA 2: RP. 1.000.000  
JUARA 3: RP. 750.000

**KATEGORI CLOUDCHASING**  
JUARA 1: RP. 2.000.000 + MOD S.O.I X + TIKET GRAND FINAL  
JUARA 2: RP. 1.000.000  
JUARA 3: RP. 750.000

 **MOREVAPOR**  
*no smoking more vaping*

**11 DESEMBER 2017**  
**15.00 - SELESAI**  
Jl. Kranggan No.44,  
Cokrodiningratan,  
Jelís, Kota Yogyakarta,  
Daerah Istimewa Yogyakarta



**Gambar 4.8. Event yang diselenggarakan More Vapor**

### 5) *Endorsment*

Ada berbagai macam cara orang untuk melakukan promosi barang di dunia maya salah satunya adalah dengan sistem *endorsement*. *Endorsement* artinya dukungan atau *support*, sistem ini banyak dijalani oleh toko dibangun di beberapa jejaring sosial seperti *Twitter* atau *Instagram* dan telah menjamur mulai pertengahan tahun 2012. *Endorsement* adalah salah satu cara untuk mempromosikan produk dengan meminta seseorang yang telah dikenal luas untuk menggunakan barang yang dijual pada toko tersebut. Orang yang membantu proses promosi ini disebut dengan *endorser*. Mereka akan diminta untuk mengkonsumsi, atau menggunakan barang tersebut lalu mendokumentasikannya sehingga diharapkan akan lebih banyak pengikut yang tertarik dengan barang tersebut.



Cara ini memang tidak dilakukan secara gratis karena ada timbal balik yang akan didapatkan oleh para *endorser* yaitu berupa beberapa produk dari toko online yang meminta *endorsement*. Ada pula yang terjalin kontak beberapa tahun kedepan akan menggunakan produk More Vapor dengan pembayaran gaji yang telah di setujui oleh kedua pihak antara *endorsement* dan *endorser*. Jika dibandingkan dengan iklan, sistem ini memiliki kelebihan karena para *endorser* ini memiliki pengaruh yang cukup kuat kepada para pengikut atau penggemarnya. Para penggemar atau *fans* ini cenderung meniru apa yang dilakukan oleh idolanya. Penjualan akan meningkat jika semakin banyak orang yang ingin mengikuti gaya para *endorser*. Beberapa kalangan yang bisa dijadikan sebagai *endorser* suatu produk adalah artis, musisi, *public figure*, *atlet* dan sebagainya.

Dalam hal ini More Vapor juga melakukan strategi *Endorsement* untuk mempromosikan produk-produk mereka. Salah satunya dengan mengendorse salah satu gitaris *band* papan atas asal Yogyakarta yakni Richard, Shaggy Dog. Band ini saat ini sedang naik daun karena sering tampil diacara televisi, *event* musik besar dan sebagainya. Selain itu, Shaggy Dog memiliki basis masa yang cukup besar yakni Dogys Family.



**Gambar 4.9. Richard Shaggy Dog.**

## **B. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada More Vapor penulis mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh More Vapor dalam meningkatkan penjualan dan daya beli vaporizer di Yogyakarta. Penulis memaparkan beberapa dari hasil *observasi* dan wawancara dengan *informan*.

Dengan semakin ramainya situasi pemasaran saat ini, mengakibatkan bertambah tajamnya persaingan yang dihadapi oleh perusahaan didalam memasarkan produksinya. Setiap perusahaan tentunya mengharapkan dari semua kegiatannya berjalan sesuai yang direncanakan termasuk juga tingkat penjualannya. Untuk dapat

tercapainya volume penjualan yang diharapkan, maka faktor yang perlu diperhatikan adalah strategi- strategi bauran pemasarannya. Yaitu paduan dari strategi produk, harga, saluran distribusi dan promosi. Arti penting dari promosi adalah kemampuan menggugah minat setiap orang yang melihatnya hingga tergerak untuk melakukan pembelian. Hal demikian akan terjadi bilamana pelaksanaan promosi- promosi berdaya guna yang tinggi. Tetapi dapat pula terjadi hal yang sebaliknya karena kesalahan dalam meletakkan dasar pelaksanaan promosi. Tetapi dapat pula terjadi hal yang sebaliknya karena kesalahan dalam meletakkan dasar pelaksanaan promosi.

Pertumbuhan penjualan akan selalu meningkat sejauh pelaksanaan promosi didasarkan atas perencanaan yang tepat, dapat mencapai sasaran dan berlangsung secara terus- menerus dan diikuti dengan tindakan penyesuaian kegiatan promosi dengan selera calon konsumen berubah- ubah sesuai dengan perubahan tingkat kebutuhan. Oleh karena itu dasar penjualan produk tidak boleh terlepas dari pelaksanaan promosi.

Dalam meningkatkan penjualan vaporizer di Yogyakarta, More Vapor memiliki beberapa strategi agar penjualan produk dan kualitas meningkat. Adanya *reseller* menjadikan salah satu faktor peningkatan jumlah konsumen dari More Vapor. *Reseller* rutin dalam tiap bulan mengambil produk-produk baru yang ada di More Vapor. Selain itu, More Vapor sendiri memiliki beberapa cabang toko di Yogyakarta yaitu di Jalan Kranggan, Glagahsari, Jalan Kaliurang dan Jalan Taman Siswa.

Dalam perencanaan perusahaan merumuskan hal-hal yang akan dilakukan dalam pelaksanaan promosi, diantaranya adalah dengan merumuskan media promosi yang akan digunakan More Vapor antara lain website, advertising di majalah dan surat kabar, promotion kit (termasuk fact sheet, CD dan brosure, banner/spanduk), billboard. Alasan mengapa More Vapor menggunakan media tersebut karena dianggap membuat masyarakat/publik tahu tentang keberadaan More vapor dengan produk-produknya. Dalam hal ini, proses komunikasi penyampaian pesan menggunakan teori Commucation Style, menurut Robert Norton gagasan bahwa kita berkomunikasi berdasarkan pada dua level, yaitu: kita tidak hanya memberi informasi, tetapi juga menghadirkan informasi tersebut dalam bentuk-bentuk tertentu dan menceritakannya kepada orang lain bagaimana memahami dan merespon sebuah pesan.

Dalam melakukan dan merencanakan pemasaran strategi, More Vapor telah menggunakan berbagai cara yang kemudian dikombinasikan menjadi satu, untuk jenis strategi pemasarannya ialah *Marketing Mix*. *Marketing mix* dapat didefinisikan sebagai perpaduan berbagai strategi yang berupa kegiatan atau faktor-faktor penting yang merupakan hal-hal yang menjadi inti dari strategi pemasaran itu sendiri. Ada 4 P yang sudah diterapkan oleh More Vapor:

a. *Product*

Produk yang ditawarkan More Vapor sudah memiliki kualitas diatas rata-ratatoko vapor. Produk yang dijual More Vapor merupakan produk yang mereka produksi sendiri dan barang import dari luar negeri. Kualitas yang dihasilkan More

Vapor juga sudah hampir setara dengan brand-brand import. Hal ini menjadikan faktor penguat bagi More Vapor dalam menguasai pasar rokok elektrik di Yogyakarta.

b. *Price*

*Harga yang ditawarkan More Vapor tergolong relatif lebih mahal dibandingkan dengan harga vape store lain tapi selisihnya tidak terlalu jauh. Produk-produk More Vapor harganya sesuai kantong remaja dan terjangkau bagi segmentasi More Vapor. Harga yang lebih mahal dikarenakan dari kualitas bahan dan barang import More Vapor.*

c. *Place*

*Tempat strategis menjadi salah satu keunggulan dari More Vapor. More Vapor memiliki banyak cabang dan masih satu manajemen yang tersebar wilayah Yogyakarta seperti More Vapor (Glagahsari), Ethos Vape Store (Taman Siswa), Vape On (Jl. Perumnas, Condongcatur), Vapelife (Jl. Kaliurang), Venom Vape (Jl. Godean, Patran) dan More Vapor Pusat berada di Jalan Kranggan.*

d. *Promotion*

Promosi yang dilakukan oleh More Vapor lebih kepada yang tepat sasaran salah satunya melalui media online atau media sosial. Di era sekarang, teknologi sangat erat

kaitannya dengan Internet. Perkembangan [internet](#) itu sangat mempengaruhi kehidupan sosial serta cara berkomunikasi masyarakat.

Sisi positifnya adalah masyarakat yang menjadi pengguna aktif teknologi, situs-situs, serta media komunikasi sosial, mereka dapat menyampaikan informasi dan juga mendapatkan informasi secara lebih mudah. Hal ini yang menyebabkan sosial media sering dijadikan sebagai alat propaganda atau promosi bagi setiap perusahaan. Adapun beberapa bauran promosi yang telah dilakukan oleh More Vapor untuk meningkatkan penjualannya.

More Vapor juga memanfaatkan media cetak sebagai media promosi mereka salah satunya adalah iklan di Koran dan majalah. Koran dan majalah dinilai lebih efektif dan efisien karena koran lebih sering dibaca oleh masyarakat dan lebih mudah didapatkan dan harga iklannya pun relatif murah dibandingkan media televisi. Namun pada hasil promosi iklan yang telah dilakukan oleh more vapor, media cetak seperti koran ternyata belum sesuai dengan segmentasi yang telah ditentukan oleh More Vapor. Dengan demikian media cetak seperti koran belum sesuai dengan media yang pas untuk mendapatkan perhatian atau respon dari konsumen More Vapor.

Flayer atau Brosur merupakan salah satu media promosi yang cukup efektif karena di dalam flayer tersebut biasanya terdapat informasi tentang produk More Vapor. Selain itu, flayer juga dijadikan media jika More Vapor memiliki produk baru atau promosi maupun diskon. Flayer ini biasanya ditaruh di toko More Vapor atau disebar pada waktu acara pameran. Dengan komposisi berbentuk gambar ataupun

tulisan tanpa mengurangi nilainya, banner merupakan salah satu media iklan luar ruang yang digunakan sebagai media informasi tentang produk yang ditawarkannya.

Media internet dimanfaatkan More Vapor sebagai media penyebaran informasi. Informasi yang uptodate mengenai produk melalui situs jejaring sosial. Internet sebagai media komunikasi, setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia. Sebagai media promosi dalam bisnis. Hal ini memungkinkan para pengusaha kecil dapat mempromosikan produk dan jasanya tanpa mengeluarkan banyak biaya.

Media sosial juga menjadi salah satu faktor yang sangat mendukung promosi dari More Vapor. Salah satunya ialah instagram, insagram merupakan media sosial yang sangat digemari anak muda. More Vapor sendiri memanfaatkan instagram sebagai media promosi. Selain itu More Vapor juga memanfaatkan instagram sebagai sarana penjualan liquid maupun vapor karena memang banyak pembeli online yang memesan melalui instagram ini.

Dengan memanfaatkan media social seperti facebook, twitter dan instagram sebagai media promosi mereka dan salah satu cara efektif untuk memasarkan produk-produk mereka karena dengan menggunakan media social biaya pengeluaran murah dan dampaknya sangat efektif. Media sosial ini dimanfaatkan untuk sharing produk terbaru maupun info event dan diskon kepada followers. Dalam postingan foto di instagram, More Vapor rajin mengupdate foto produk maupun event terbaru mereka. Lewat instagram tersebut More Vapor juga menjaring reseller yang ada di seluruh

Indonesia. Selain itu, manfaat instagram tersebut ialah sebagai katalog produk yang mereka produksi. Melalui instagram juga banyak konsumen ataupun reseller yang membeli produk More vapor.

Salah satu strategi yang membuat More Vapor meningkatkan omset penjualan ialah pameran. Pameran vapor merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan omset penjualan. Dalam tiap pameran, More Vapor dapat menjual ratusan barang dalam satu pameran saja. Keuntungan dalam mengikuti pameran tersebut juga sangat signifikan, karena omset pendapatan bias tiga kali lipat dari jualan di toko saja. Selain itu, saat pameran tersebut juga banyak reseller baru yang ingin menjadi mitra bisnis More Vapor.

More vapor selalu berpartisipasi dalam kegiatan pameran. More Vapor rutin mengikuti acara pameran-pameran Vapor yang ada di Yogyakarta, Jakarta, Bandung, Surabaya. Pameran yang diikuti More Vapor ini kebanyakan berskala nasional tapi prioritasnya di Pulau Jawa. Melalui pameran Vapor tersebut More Vapor bisa mendapatkan keuntungan 3 kali lipat dari hari biasanya. Selain itu, pameran juga menjadi sarana promosi bagi More Vapor agar lebih mengenalkan produk-produknya kepada masyarakat. Pameran vapor merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan omset penjualan. Dalam tiap pameran, More vapor dapat menjual ratusan barang dalam satu pameran saja. Keuntungan dalam mengikuti pameran tersebut juga sangat signifikan, karena omset pendapatan bias tiga kali lipat dari jualan



di toko saja. Selain itu, saat pameran tersebut juga banyak reseller baru yang ingin menjadi mitra bisnis More Vapor.

Selain membuat event sendiri More Vapor juga menjadi sponsorship event untuk acara serupa maupun yang bersegmen anak muda. More Vapor menjadi sponsorship acara yang sesuai dengan konsep dan segmentasi mereka. More Vapor dalam hal ini memberikan support berupa uang dan produk-produk mereka seperti vapor atau liquid. Strategi Sponsorship ini dapat membedakan sekaligus meningkatkan nilai suatu merek.

More Vapor juga melakukan strategi Endorsement untuk mempromosikan produk-produk mereka. Salah satunya dengan mengendorse salah satu gitaris band papan atas asal Yogyakarta yakni Richard, Shaggy Dog. Band ini saat ini sedang naik daun karena sering tampil di acara televisi, event musik besar dan sebagainya. Selain itu, Shaggy Dog memiliki basis masa yang cukup besar yakni Dogys Family.

Berbagai strategi yang dilakukan More Vapor tersebut sudah sangat bagus untuk meningkatkan omset penjualan. Dengan memiliki brand atau merk yang sudah terkenal, More Vapor tetap menjaga kualitas produk. More Vapor juga menjadi satu-satunya vape store di Yogyakarta yang rutin membuat event dengan skala yang cukup besar, hal ini tentu membuat nama More Vapor akan tetap diingat para konsumen.