

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Manusia membutuhkan sandang, pangan dan papan bagi keberlangsungan hidup. Kebutuhan pangan merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi dalam kehidupan. Semakin lama teknologi pengolahan pangan semakin berkembang, misalnya dulu pisang hanya dikonsumsi dengan cara dimakan langsung direbus atau digoreng, sekarang pisang bisa dibuat menjadi bolen pisang, nugget pisang, sirup pisang serta olahan lainnya. Masyarakat lebih menyukai makanan yang praktis, ekonomis, dan mudah dalam penyajiannya, hal ini dikarenakan aktivitas masyarakat yang semakin beragam. Banyak yang berpendapat makanan yang praktis adalah salah satu makanan yang harus tersedia di dalam kulkas karena akan disukai anak-anak. Frozen food merupakan produk makanan yang telah dikemas dan disimpan beku dalam freezer, sehingga siap untuk dimasak dan dikonsumsi pada waktu tertentu (Nistrina & Ghivari, 2023).

Kelebihan dari produk makanan beku dibandingkan dengan produk olahan lainnya antara lain: kemampuannya bertahan lebih lama dibandingkan jenis makanan lainnya. Hal tersebut memungkinkan untuk menyimpannya hingga beberapa bulan ke depan. Meskipun dapat bertahan lama, frozen food tetap dapat mempertahankan nilai nutrisi maupun gizi yang terkandung di dalamnya. Apabila kita melihat trend yang ada di media sosial saat ini adalah masyarakat millennial yang memiliki banyak aktivitas dan kelompok sosial memiliki kecenderungan memilih makanan yang bersifat praktis dimasak, cepat saji, sekaligus enak tanpa meracik bumbu tinggal dipanaskan saja. Makanan ini biasanya dikemas dengan vakum dan di bekukan dalam bentuk yang unik. Olahan makanan ini disebut sebagai frozen food.

Kekurangan dari produk makanan beku antara lain : persaingan yang sangat ketat, bergantung pada mesin freezer, tanggal kadaluarsa yang sering dilupakan. Pada sifatnya anak-anak maupun ibu-ibu lebih menggemari makanan yang praktis salah satunya adalah frozen food merupakan hasil dari metode pengawetan makanan yang dilakukan dengan cara menurunkan suhu hingga titik beku, hal ini bertujuan untuk memperlambat proses pembusukan. Frozen food pada awalnya diciptakan dan ditujukan untuk seseorang yang terlalu sibuk, tidak mau atau tidak mampu untuk menyiapkan makanan untuk dirinya sendiri

(Alhaj Alop, 2023). Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang mulai beralih dari konvensional ke modern, masyarakat Indonesia mulai beradaptasi dengan pola konsumsi yang ada di negara-negara maju, salah satunya dengan mengonsumsi produk frozen food..

Kalangan masyarakat di pedesaan mengalami kesulitan ekonomi dikarenakan dalam masa pandemi aktivitasnya banyak yang dibatasi, sehingga mengakibatkan pemenuhan konsumsi pangan rumah tangga berkurang. Apalagi sebagian besar masyarakat di pedesaan yang notabene masih tergolong masyarakat miskin dan memiliki keterampilan yang rendah. Makanan olahan beku atau yang dikenal dengan Frozen Food merupakan cara pengawetan makanan yang dilakukan dengan menurunkan suhu hingga titik beku, tujuannya untuk memperlambat proses pembusukan makanan. Keunggulan dari teknik pembekuan makanan adalah kualitas makanan seperti nilai nutrisi dan sifat organoleptik tetap terjaga (Astutik, 2021).

Pada zaman sekarang anak-anak lebih menggemari makanan yang bervariasi, misalnya bentuknya yang unik dan cepat, karena anak-anak jika sudah suka makanan pasti tidak sabar ingin memakannya, Produk pangan beku (Frozen Food) bisa menjadi salah satu solusinya. Frozen Food merupakan olahan makanan instan beku yang tahan lama dan mudah dalam penyajiannya (Santoso et al., 2018). Selain itu, industri Frozen Food merupakan bagian dari industri makanan yang tidak hanya berfokus pada kualitas rasa, tetapi ada standar-standar yang harus dipenuhi dan harus memperhatikan ke higienisan, keamanan, dan kandungan gizi yang terkandung di dalamnya.

Masyarakat lebih tertarik dengan frozen food karena mudah disajikan, higienis, harga terjangkau, serta praktis dan digemari oleh anak-anak. Dalam hal ini, perubahan gaya hidup masyarakat dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat akan produk pangan. Hal tersebut merupakan peluang usaha yang tepat bagi industri pangan khususnya bisnis frozen food. Dengan banyaknya jumlah pelaku usaha pada industri frozen food, hal tersebut mendorong terjadinya persaingan antar perusahaan untuk memenangkan hati konsumen.

Strategi pemasaran produk adalah usaha dalam memasarkan sebuah produk, barang, atau jasa dengan cara tertentu untuk memperkenalkan produk secara lebih luas ke masyarakat. sehingga penjualan akan meningkat. Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan, rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek mau pun dalam jangka panjang, yang didasari pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi, dan

perencanaan penjualan, serta distribusi, strategi sebagai rencana dalam skala besar dan berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif agar dapat mencapai tujuan objektif Perusahaan (Firmansyah et al., 2020).

Bentuk promosi yang dilakukan Royal Frozen Food melalui aplikasi Whatsapp dan Facebook. Selain itu Royal Frozen food juga menyediakan sistem mudah dengan sistem Cash Of Delivery (COD). Royal Frozen Food selalu memberikan potongan harga untuk pelanggan setia dan konsumen yang membeli banyak produk Frozen Food.

Menyadari pentingnya strategi promosi penjualan menjadikan penulis tertarik untuk meneliti “Analisis Strategi Promosi Produk Frozen Food Di Royal Frozen Food”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi promosi produk frozen food?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk frozen food?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Mendeskripsikan strategi promosi produk Frozen Food
2. Mendeskripsikan kendala yang dihadapi dalam promosi produk Frozen Food

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Menambah pengetahuan tentang analisis strategi promosi produk frozen food di Royal Frozen Food
  - b. Memberikan umpan balik kepada perusahaan bagaimana strategi promosi frozen food untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memberikan kepercayaan konsumen, dan memberikan masukan untuk penyempurnaan dan perbaikan apabila ada kesenjangan serta mempertahankan apa yang dipandang baik.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Royal Frozen Food sebagai masukan untuk introspeksi diri dan sebagai bahan perbaikan kualitas produk secara terus menerus untuk menjaga kepercayaan konsumen.
  - b. Bagi Masyarakat sebagai masukan untuk lebih mengetahui kualitas frozen food yang dimiliki oleh Royal Frozen Food