



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seperti yang telah diketahui dari hasil wawancara bersama Mba Lala sebagai yang bekerja di Dwima Burger menyebutkan semakin banyak kedai-kedai burger yang bermunculan yang menjadi kompetitor Dwima Burger seperti Blenger Burger, Burger Bener, Byurger, Burger Shot, dll. Perkembangan tersebut membuat banyaknya kedai-kedai burger yang memiliki ciri khas masing-masing untuk tetap bertahan dalam usaha tersebut ditengah banyak nya bermunculan kedai-kedai burger yang beredar di Jakarta dan Tangerang. Dari pilihan-pilihan burger yang disebut telah menjadi sebuah pilihan burger untuk dibeli oleh masyarakat Tangerang dan Jakarta untuk menjadi pilihan untuk membeli sebuah produk burger. Dari hasil data kuisioner yang telah didapatkan oleh penulis, sekarang semakin banyak orang yang mengkonsumsi burger untuk menjadi pilihan makanan mereka.

Dari hasil wawancara dengan penjual dari Dwima Burger menjelaskan bahwa Dwima Burger adalah kedai burger yang menyajikan burger kampung atau burger rumahan yang berdiri sejak tahun 1986. Nama dari Dwima burger berasal dari toko swalayan bernama Dwima yang terletak di Pondok Indah, Tanah Kusir, dan Pamulang. Dengan adanya toko swalayan tersebut, Dwima Burger berjualan di lantai dasar dari toko swalayan Dwima. Namun, pertama kali pemilik dari Dwima Burger yaitu bapak Yudi berjualan di garasi rumahnya yang terletak

didaerah Cempaka Putih tanpa memiliki nama apapun karena hanya berjualan di garasi rumahnya. Dwima Burger memiliki cabang *Franchise* yang terletak di daerah kemang dan cipete. Namun sekarang cabang kemang sudah tidak berjualan karena tidak dilanjuti oleh pihak yang *Franchise* Dwima burger, namun cabang cipete baru berumur sekitar 1 tahun lebih berdiri. Sekarang Burger Dwima yang asli atau dimiliki langsung oleh bapak Yudi sisa 3 cabang yang terletak di Bintaro, aneka buana Cirendeue, dan Giant Karang Tengah Lebak Bulus. Lalu cabang-cabang dari Dwima Burger telah tutup seperti yang di daerah Pondok Indah, Tanah Kusir, dan Pamulang dikarenakan toko swalayan Dwima telah tutup. Dwima Burger memiliki kompetitor bisnis di bidang yang serupa yaitu Burger Blenger yang terletak di Bintaro, tetapi Dwima Burger berdiri lebih dulu dibanding kompetitor nya Burger Blenger. Dari hasil wawancara dengan penjual Dwima Burger merasakan penurunan omset dikarenakan banyak nya bermunculan kedai-kedai burger yang lain nya, tetapi pelanggan setia dari Dwima Burger masih tetap setia membeli burger dari Dwima Burger tersebut.

Dwima Burger memiliki dua menu yaitu burger dan Hotdog yang memiliki beberapa cabang di daerah Jakarta dan Tangerang. Dwima Burger memiliki *mayonnaise* yang menjadi ciri khas dari kedai tersebut untuk menyajikan menu-menu yang mereka sajikan, *mayonnaise* yang mereka buat memiiliki rasa yang sangat gurih dan tekstur yang kental. Lalu, dari hasil kuesioner yang telah disebarluaskan oleh penulis mendapatkan hasil beberapa masyarakat umum yang masih tidak mengetahui Dwima Burger itu apa. Dikarenakan kurang nya promosi yang dilakukan oleh pihak Dwima Burger itu sendiri yang membuat banyak

masyarakat umum tidak mengetahui kedai tersebut dan dari kurangnya promosi maka masyarakat umum tidak dapat mengetahui informasi menu apa saja yang disajikan oleh Dwima Burger. Dari hasil wawancara dengan penjual Dwima Burger, usaha promosi yang telah dilakukan oleh Dwima Burger masih tergolong minim karena dari pihak Dwima Burger sendiri tidak ada yang mengurus di bagian promosi kedai tersebut, walaupun Dwima Burger memiliki *Instagram* dan *Twitter* tetapi sudah tidak aktif lagi karena tidak ada yang mengurus akun dari media sosial mereka. Namun pihak Dwima burger masih menggunakan promosi dari mulut ke mulut dan mengikuti beberapa pentas seni atau acara yang diselenggarakan oleh sekolah-sekolah sekitar kedai Dwima Burger berada.

Minimnya pemakaian media promosi yang telah dilakukan oleh pihak Dwima Burger menjadi dalam meningkatkan usaha dan penjualan dari kedai burger tersebut menjadi proyeksi perancangan promosi Dwima Burger itu sendiri sebagai tugas akhir dari penulis.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara merancang promosi untuk menarik anak muda untuk mengetahui Dwima Burger?

1.3. Batasan Masalah

- a. Wilayah Geografis : Penulis membatasi penilitian ini hanya mencakup masyarakat di Tangerang dan Jakarta.

- b. Demografis : Pria dan Wanita yang berumur 13 sampai 25 tahun dan memiliki pendapatan SES B yang merupakan usia yang aktif untuk mendatangi kedai Dwima Burger.
- c. Psikografis: Masyarakat yang menggemari masakan burger.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir dari penulis yaitu membuat promosi yang tepat sasaran yang sesuai dengan target Dwima Burger.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

- a. Manfaat bagi penulis yaitu sebagai syarat kelulusan dan menambah wawasan dari apa saja yang telah diajarkan di perkuliahan dengan berbentuk sebuah karya.
- b. Manfaat bagi pembaca yaitu sebagai refrensi untuk mengetahui bagaimana cara membuat sebuah promosi terhadap sebuah produk dengan mencapai target yang ditujukan.
- c. Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara untuk menjadi refrensi para mahasiswa yang kelak ingin mencari data untuk membuat tugas akhir mereka.