

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Yogyakarta dikenal masyarakat sebagai kota pelajar di Indonesia. Terdapat puluhan perguruan tinggi negeri dan swasta yang berlokasi di Yogyakarta sehingga menjadi daya tarik bagi mahasiswa baru. Tercatat kurang lebih 20% masyarakat Yogyakarta adalah mahasiswa dan pelajar. Selain universitas, kota ini mempunyai taraf hidup yang murah dibandingkan dengan kota besar lain khususnya bagi mahasiswa. Oleh karena itu, bisnis kuliner mempunyai peluang yang menjanjikan demi memenuhi kebutuhan sehari-hari.

MK kafe singkatan dari Mirota Kampus kafe merupakan salah satu bisnis kuliner yang berdiri pada tahun 2010 di Jalan C. Simanjuntak lalu berkembang di Jalan Godean. Kafe ini merupakan anak perusahaan dari PT. Mirota yang dipimpin oleh Pak Siswanto. Menu yang dijual beraneka ragam seperti *main course*, es krim, minuman, dan lain – lainnya.

Berdasarkan wawancara dengan Pak Andreas, Humas Mirota Kampus, MK kafe ini memiliki konsep yang *pop*, kata istilah beliau untuk gaul. Dengan gaya pop tersebut, MK kafe menargetkan generasi Z khususnya mahasiswa dan pelajar. Maka dari itu letak kafe ini sangat strategis karena berdekatan dengan Universitas Gadjah Mada, SMP & SMK Bopkri, SMP Negeri 1, dan MA Negeri 1. Meskipun sudah berdiri selama 9 tahun dan memiliki lokasi yang strategis,

Penulis melakukan wawancara dengan Pak Andreas selaku humas mirota kampus yaitu permasalahan yang muncul adalah hadirnya kompetitor disekitarnya dan kurang efisien strategi promosi mereka sehingga berdampak pada hasil penjualan yang tidak sesuai dengan harapan. Namun, penulis tidak memiliki ijin untuk mengetahui lebih dalam tentang data penjualan dari MK kafe.

Kesimpulannya, penulis ingin membuat tugas akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Mirota Kampus kafe di Yogyakarta.”

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana cara meningkatkan penjualan produk MK kafe?

1.3. Batasan Masalah

Demi meminimalisir dan focus terhadap topik tersebut. Penulis menjabarkan target konsumen yang akan dijadikan objek penilitan:

- a. Geografis
 - a. Kota: Yogyakarta
 - b. Provinsi: Daerah Istimewa Yogyakarta
- b. Demografis:
 - a. Usia: 13 – 25 tahun (Generasi Z)
 - b. Gender: Pria dan wanita
 - c. Kebangsaan: Indonesia

- d. Bahasa: Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa
- e. Pendidikan: SMP, SMA, S1
- f. Pekerjaan: mahasiswa, pelajar, professional muda
- g. Pendapatan: Rp 1.600.000 – Rp 4.000.000
- h. Kelas Ekonomi: C-B+
- i. Status pernikahan: Menikah dan belum menikah

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Membuat promosi tentang produk MK kafe yang dapat memikat perhatian calon konsumen sehingga datang dan membeli produknya.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Dari penelitian ini terdapat manfaat bagi:

1. Penulis
 - a. Sebagai salah satu syarat menamatkan Pendidikan di UMN serta menerima gelar sarjana desain (S.Ds)
 - b. Penulis mendapat ilmu dan pengalaman baru tentang promosi.
 - c. Penulis mendapat kesempatan untuk mempelajari dan menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh MK kafe.

2. Universitas

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk mahasiswa yang akan menjalankan tugas akhir tentang promosi.

3. MK kafe

- a. Meningkatkan hasil penjualan produk MK kafe ke target konsumen
- b. Meningkatkan dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap MK kafe