

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2021 perkembangan industri makanan ringan di Indonesia sebesar 1.281 juta kilogram dan di akhir tahun 2022 di perkirakan perkembangan makanan ringan naik sebanyak 6% (Islandsun, 2022). Khakumsa adalah salah satu bisnis yang bergerak dalam produksi makanan ringan khas Kalimantan Barat yang berdiri sejak tahun 2022. Produk unggulan Khakumsa saat ini adalah camilan ulat sutra dengan varian rasa *original*, keju, dan vegetarian yang di mana merupakan varian unik camilan ulat sutra Khakumsa. Camilan ulat sutra sendiri bentuknya terlihat seperti stick keju atau camilan akar kelapa. Camilan ini terbuat dari bahan dasar tepung ketan, telur dan wijen sebagai tambahannya. Khakumsa mempunyai sebuah misi untuk memprioritaskan kepuasan pelanggan dan membangun kepercayaan pelanggan dengan mempertahankan atau meningkatkan kualitas camilan.

Saat ini Khakumsa berjualan atau dapat di pesan secara *online* dengan menggunakan media Whatsapp dan Instagram. Dalam perencanaan yang pengembangan penjualan untuk ke depan nya Khakumsa juga akan di jual secara *offline* dengan menitipkan camilan ke toko-toko yang menjual makanan camilan. Keunikan yang ingin di berikan dari produk camilan Khakumsa ini adalah ke depan nya bisa berkembang dengan mengeluarkan banyak varian rasa yang baru, yang di mana akan menjadi salah satu keunikan dari camilan ulat sutra Pontianak lainnya.

Saat ini penjualan ulat sutra lain kebanyakan di *online shop*. Di *online shop* camilan ulat sutra kebanyakan menjual varian *original* dan keju. Camilan ulat sutra yang di jual juga kemasan yang di gunakan juga hampir sama semua yaitu menggunakan kemasan pouch plastik biasa dan tempelan sticker label sebagai perbedaan dari penjual lainnya, hal ini juga menjadi *unique selling* tambahan

camilan ulat sutra Khakumsa dengan memakai kemasan packaging yang berbeda dari camilan ulat sutra lainnya. Namun secara umum, camilan ulat sutra ini belum banyak dikenal dan orang yang belum mengenal camilan ulat sutra juga kadang tidak berani atau tidak tertarik mencoba karena mengira makanan camilan ini aslinya terbuat dari ulat asli. Penulis juga telah melakukan pengumpulan data terlebih dahulu untuk mengetahui seberapa banyak orang menyukai camilan dan seberapa banyak orang yang mengenal camilan ulat sutra. Dari hasil kuesioner dengan hasil respon 71 responden, hasil kuesioner 98,6% orang menyukai makanan camilan, 70,4 % orang belum mengenal camilan ulat sutra, dan 95,8% orang tertarik untuk mencoba.

Berdasarkan kondisi orang yang belum kenal ulat sutra dan khakumsa, dibutuhkan suatu promosi yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan pengetahuan baru melalui perancangan desain promosi Khakumsa. Perancangan promosi ini diharapkan dapat memperkenalkan dan meningkatkan penjualan Khakumsa untuk ke depan nya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, rumusan masalah nya adalah bagaimana perancangan Media Promosi Makanan Ringan Khakumsa ?

1.3 Batasan Masalah

Penulis menentukan batasan-batasan masalah yang ada untuk perancangan media promosi camilan Khakumsa dengan menentukan target pasar melalui dengan mencari geografi, demografi, dan *personality*.

a. Geografi : Tangerang.

b. Demografi :

Gender : Laki-laki dan perempuan.

Usia : 20-35 tahun ke atas.

c. *Personality* :

Orang yang menyukai camilan, suka melakukan perjalanan atau traveling, dan orang yang sering menghabiskan waktu di rumah.

SES : C2-B (Rp 1.000.000-3.000.000)

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir penulis melakukan perancangan media promosi sebagai sarana memperkenalkan dan mempromosikan camilan Khakumsa.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang bisa di dapat dari melaksanakan Tugas Akhir adalah:

1. Manfaat untuk Penulis:

Dari perancangan Tugas Akhir ini, penulis dapat belajar untuk menerapkan apa yang telah di pelajari selama menempuh studi, khususnya di dalam perancangan media promosi sehingga harapannya penulis bisa memasarkan camilan ulat sutra Khakumsa dengan lebih baik.

2. Manfaat untuk Orang Lain

Dari Tugas Akhir ini penulis berharap laporan yang di buat ini dapat berguna bagi orang lain yang ingin melakukan promosi.

3. Manfaat untuk Universitas

Manfaat yang di harapkan dari penulis dari penulisan laporan yang dibuat, dapat memberikan referensi bagi mahasiswa yang ingin mencoba untuk membuat suatu media promosi.

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A