

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri di Indonesia belakangan ini mengalami perkembangan yang pesat, sementara kompetisi bisnis semakin memperketat persaingan di pasar. Hal ini merupakan fenomena yang teramati dengan jelas dalam lingkup bisnis saat ini. (Zulfadhi & Desfitriana, 2019). Setiap usaha harus memiliki strategi dan rencana yang matang agar tidak kalah saing dengan usaha pesaingnya karena perkembangan bisnis yang sangat pesat ini akhirnya menimbulkan persaingan yang ketat (Wijoyo, Sunarsi, Cahyono & Indrawan, 2020).

Perkembangan usaha kuliner juga terjadi di Kota Tangerang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2020, jumlah usaha rumah makan di Kota Tangerang di tahun 2018-2020 mengalami kenaikan sebanyak 129 usaha kuliner (BPS, 2020). Selain perkembangan usaha kuliner di Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang juga mengalami perkembangan yang signifikan. Dari 2019 ke 2022, usaha kuliner naik sebanyak 142 usaha kuliner (Profil Statistik Kabupaten Tangerang, 2023, hlm. 173). Setiap jenis usaha kuliner atau restoran memiliki ciri khasnya sendiri. Salah satunya adalah restoran spesial yang merupakan tempat makan dengan tema khusus atau menu masakan tertentu yang disajikan, dan seringkali memiliki cita rasa yang berbeda dengan restoran lain, seperti *Dimsum House*, *Steak House*, dan *Sushi House*, dan lain sebagainya.

Dimsum disukai karena bentuknya yang indah dan rasanya yang lezat. Warnanya yang indah dan variasinya yang luas juga menjadikannya populer (Karina dan Endang, 2017). Menjamurnya bisnis dimsum menyebabkan persaingan yang lebih ketat, yang mempengaruhi hasil penjualan. Restoran Dimsum Tuan Jie juga mengalami hal serupa. Dalam upaya memberikan *service* yang menarik restoran Dimsum Tuan Jie memiliki sebuah atraksi penyajian makanan dan minuman yang tidak dimiliki oleh restoran dimsum pada umumnya, yaitu berupa atraksi teko satu meter, dan atraksi ini hanya ada di restoran Dimsum Tuan Jie.

Dimsum Tuan Jie merupakan sebuah restoran dimsum yang terletak di Gading Serpong dan berdiri sejak 2020, sebuah restoran dimsum yang memiliki dimsum halal dan enak. Dimsum Tuan Jie memiliki 1 cabang lain terletak di Gajah Mada. Restoran Dimsum Tuan Jie memiliki ruang makan yang cukup luas untuk menunjang customer *dine-in*. Dimsum Tuan Jie memiliki interior restoran, makanan, rasa, dan *service* yang kental dengan tradisi Cina. Perlu diketahui juga, dimsum yang ditawarkan restoran Dimsum Tuan Jie sudah disesuaikan dengan lidah orang Indonesia dan yang pastinya halal.

Dimsum Tuan Jie sedang menghadapi penurunan dalam penjualan dalam beberapa waktu terakhir, dikarenakan kurangnya *brand awareness* dari masyarakat. Berdasarkan kuesioner yang telah penulis sebar kepada 120 responden, sebanyak 52.5% responden belum pernah mendengar Dimsum Tuan Jie. Pemasaran promosi melalui media sosial Dimsum Tuan Jie belum berhasil membuat *awareness* di masyarakat mengenai Dimsum Tuan Jie. Setelah penulis melakukan observasi dan studi eksisting, promosi yang telah dilakukan Dimsum Tuan Jie kurang meng-*highlight* hal promosi, dimsum nya yang halal, dan keunikan yang dimiliki yaitu atraksi teko.

Berdasarkan permasalahan yang telah dianalisis diatas, perlu dilakukan suatu bentuk upaya yang dapat meningkatkan *brand awareness* yaitu perancangan promosi dan penambahan media promosi terhadap restoran Dimsum Tuan Jie. Media promosi adalah sarana yang saling menguntungkan untuk meningkatkan penjualan produk dengan cara menilai bagaimana pelanggan merasa tentang layanan yang diberikan oleh Restoran Dimsum Tuan Jie. Tujuannya adalah agar jumlah pelanggan semakin bertambah dan tersebar luas (Kotler & Armstrong, 2018).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, rumusan masalah yang dibahas adalah bagaimana perancangan promosi restoran dimsum tuan jie?

### 1.3 Batasan Masalah

Agar perancangan terfokus dan tidak meluas, maka penulis merumuskan batasan masalah terkait topik yang dibicarakan, yaitu:

#### 1) Demografis

a) Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

b) Usia : 19—25 Tahun

(Berdasarkan wawancara bersama James Adipoetra selaku pemilik restoran adalah remaja atau anak muda. Klasifikasi usia remaja akhir adalah rentang usia 17-25 tahun (Depkes RI, 2009). Selain itu, generasi Z juga lebih cenderung bersedia mencicipi berbagai varian kuliner dari berbagai negara, terutama yang mereka temui melalui berbagai platform media sosial (*Food Standards Agency, 2019*)).

c) Status ekonomi : B—C1

(Pengeluaran SES B berdasarkan jumlah pengeluaran rumah tangga per keluarga tiap bulan adalah Rp 3.000.001—Rp 5.000.000 dan C1 adalah Rp 2.000.000—Rp 3.000.000 (Indonesia Data, 2022). Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) bulan Maret 2022 mengungkapkan bahwa rata-rata pengeluaran per orang per bulan untuk konsumsi di Indonesia adalah sekitar Rp1.327.782 (CNBC, 2022)).

d) Pekerjaan : Tidak bekerja (Mahasiswa)—Karyawan

#### 2) Geografis

a) Negara : Indonesia

b) Provinsi : Banten

c) Kota : Tangerang

### 3) Psikografis

- a) Orang yang menikmati pengalaman bersantap yang menyenangkan dan unik.
- b) Orang yang suka belajar tentang makanan dari budaya yang berbeda.
- c) Orang yang menghabiskan waktu luang dengan mencoba tempat-tempat makan baru.

#### 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan penjabaran dari permasalahan yang ada, tujuan tugas akhir ini adalah merancang promosi restoran dimsum tuan jie.

#### 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari perancangan tugas akhir ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bagi penulis, bagi orang lain, dan bagi universitas.

##### 1) Manfaat bagi penulis

Manfaat bagi penulis adalah penulis dapat menerapkan pengetahuan, kemampuan, dan kreativitas mereka dalam penerapan teori desain adalah dengan merancang tugas akhir ini. Ketika merencanakan promosi ini, penulis juga memperoleh pengetahuan tambahan.

##### 2) Manfaat bagi orang lain

Diharapkan manfaat perancangan promosi ini bagi orang lain adalah menjadi salah satu referensi dan metode untuk mempromosikan Dimsum Tuan Jie dan meningkatkan *brand awareness* masyarakat.

##### 3) Manfaat bagi universitas

Penulis berharap tugas perancangan tugas akhir ini dapat digunakan sebagai referensi oleh peneliti lain yang meneliti topik serupa.

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