

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Katering merupakan sebuah penyelenggaraan makanan dengan lokasi memasak makanan yang berbeda dengan tempat menghadirkan makanan (Prabowo, 2020). Katering dapat melibatkan serangkaian kegiatan, mulai dari merencanakan menu hingga mendistribusikan makanan kepada konsumen dengan tujuan untuk mencapai kondisi kesehatan yang optimal melalui pemberian makanan yang sesuai. Katering memiliki tujuan untuk menyediakan makanan dengan kualitas tinggi, variasi yang memadai, kandungan gizi yang cukup, serta dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memastikan standar kebersihan dan sanitasi yang tinggi, termasuk dalam pemilihan kemasan dan peralatan makan yang digunakan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia, penyedia katering di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun seiring dengan perkembangan jumlah penduduk di Indonesia yang semakin meningkat setiap tahunnya.

Salah satu penyedia katering sekolah yang berlokasi di Tangerang adalah Parigurih Kitchen. Parigurih Kitchen berdiri sejak tahun 2014 dan berkembang secara bertahap dengan menyediakan pesanan katering bukan hanya untuk sekolah tetapi juga untuk rumah, kantor, ataupun beragam acara lainnya. Bahan baku yang digunakan pada katering Parigurih Kitchen berkualitas dengan mengutamakan proses masak panggang, rebus, ataupun kukus tanpa menggunakan pengawet dan penyedap rasa tambahan. Parigurih Kitchen selalu menakar porsi makanan pada setiap katering, serta menggunakan kemasan dengan bahan ramah lingkungan yang dapat didaur ulang. Bukan hanya itu, Parigurih Kitchen juga memiliki keunikan dimana anak sekolah dapat *custom* menu makanan katering mereka jika mereka memiliki alergi makanan tertentu ataupun tidak suka dengan salah satu menu makanan pada hari itu.

Selama 10 tahun berdiri, Parigurih Kitchen telah menggunakan metode mulut ke mulut dengan bantuan aplikasi WhatsApp dan Instagram sebagai sebuah *platform* untuk menerima pemesanan ataupun melakukan promosi. Melalui aplikasi WhatsApp, Parigurih Kitchen dapat memanfaatkan fitur broadcast untuk menyebarkan informasi mengenai menu catering terbaru mereka setiap minggu. Bukan hanya menggunakan aplikasi WhatsApp, Parigurih Kitchen juga menggunakan aplikasi Instagram dengan memasang beragam foto makanan catering dan informasi terbaru mereka ke dalam Instagram *feeds* ataupun Instagram *story*. Dengan adanya beberapa pelanggan Parigurih Kitchen juga terlibat menjadi testimoni dalam mempromosikan catering melalui memasang beragam foto maupun video menu makanan catering Parigurih Kitchen ke dalam Instagram *story* akun pribadi mereka masing-masing.

Mayoritas pembeli catering Parigurih Kitchen merupakan pelanggan lama yang melakukan pesanan berulang, sedangkan Parigurih Kitchen memiliki target untuk meningkatkan penjualan cateringnya. Parigurih Kitchen juga belum dapat memberikan informasi mengenai keunggulan ataupun keunikan yang dimilikinya dibandingkan catering lainnya, dimana catering mereka dapat *dicustom* sesuai selera. Selain itu, Parigurih Kitchen juga belum dapat menarik perhatian pelanggan baru karena keterbatasan promosi yang diupayakan sebelumnya. Dengan kurangnya *brand awareness*, masih banyak anak sekolah dan orang tua di wilayah Tangerang juga belum pernah mendengar ataupun mengenali catering Parigurih Kitchen. Oleh karena itu, Parigurih Kitchen perlu melakukan strategi promosi yang lebih baik dan memanfaatkan berbagai peluang sehingga dapat menjangkau pelanggan dalam skala yang lebih luas.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut: Bagaimana perancangan media promosi catering Parigurih Kitchen dapat meningkatkan *brand awareness*?

1.3 Batasan Masalah

Dalam perancangan media promosi catering Parigurih Kitchen terdapat pembatasan masalah untuk membatasi pembahasan dan mencegah adanya penyimpangan topik yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Demografis

Primer

- a. Usia : 13-18 tahun
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- c. Golongan Ekonomi : SES B-A

Anak sekolah SMP dan SMA, dimana mereka mulai menyerupai orang dewasa muda dan merasa berhak untuk mengambil keputusan sendiri menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014.

Sekunder

- a. Usia : 35-55 tahun
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- c. Golongan Ekonomi : SES B-A

Orang tua yang memiliki anak sekolah SD dengan usia sekitar 6-12 tahun, dimana orang tua masih bertanggung jawab dalam pemesanan catering untuk anaknya sekolah menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014.

2) Geografis

Perancangan ini akan berada di lingkup Tangerang agar dapat mendapat calon pembeli di sekitar Tangerang.

3) Psikografis

a. Primer

Anak sekolah yang sibuk dengan kegiatannya, tetapi ingin makan yang sehat dengan rasa sesuai selera.

b. Sekunder

Orang tua tidak memiliki waktu yang cukup untuk membuat atau memasak bekal makanan yang sehat untuk anak, tetapi ingin anaknya memakan sehat dengan kualitas yang terjamin.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, tujuan utama dari tugas akhir ini adalah untuk merancang media promosi catering Parigurih Kitchen.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Beberapa manfaat yang didapatkan dari perancangan media promosi catering Parigurih Kitchen dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Melalui proses pengerjaan perancangan ini, penulis dapat mengasah kemampuan analisis dan penelitian dalam merancang strategi promosi yang efektif. Bukan hanya itu, tugas akhir ini juga dapat memberikan pengalaman baru dan pembelajaran yang berharga bagi penulis dengan menguji kemampuan penulis dalam menerapkan kemampuan Desain Komunikasi Visual yang telah dipelajari dari universitas.

2. Bagi Parigurih Kitchen

Melalui perancangan ini, penulis berharap dapat memberikan dampak yang positif bagi pertumbuhan bisnis Parigurih Kitchen dengan meningkatkan efektivitas promosi dan *brand awareness*. Diharapkan dengan perancangan promosi yang dihasilkan dapat membantu Parigurih Kitchen untuk memperkenalkan cateringnya kepada masyarakat yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan jumlah pembelinya.

3. Bagi Universitas

Melalui hasil perancangan tugas akhir ini, penulis berharap universitas dapat menggunakannya sebagai sumber referensi, khususnya dengan topik serupa mengenai perancangan promosi, bagi mahasiswa yang ingin ataupun sedang menjalankan tugas akhir.