



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 III

METODOLOGI

2.1. Sheeren Cakes & Bread

Sheeren Cakes & Bread yang merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam produksi *bakery* yang mencakup kue dan roti. Pertama kali berdiri pada tahun 2010 oleh Ibu Lufiyani. Sheeren Cakes & Bread berlokasi di Ruko Glaze Blok A No. 15-16, Gading Serpong, Tangerang dan memiliki 3 cabang yang berlokasi di Daan Mogot, Taman Semanan Indah, dan Bandar Lampung.



Gambar 3.1. *Sheeren Cakes & Bread Gading Serpong*
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2014)

Produk roti Sheeren Cakes & Bread hanya bertahan selama satu hari karena produknya tidak menggunakan bahan pengawet. Jika ada roti yang tidak terjual habis maka akan diberikan kepada karyawan atau panti asuhan. Jumlah karyawan yang dimiliki Sheeren Cakes & Bread adalah 23 karyawan dengan 10 orang yang mengurus pembuatan roti. Sheeren Cakes & Bread tidak

menggunakan media promosi apapun baik media cetak maupun media sosial. Selama berjalannya bisnis roti sampai pada saat ini, Shereen Cakes & Bread memiliki layanan *snack box* yang menjadi keunggulan Shereen Cakes & Bread, dikarenakan *snack box* ini berbeda dengan layanan *snack box* toko roti lainnya. Layanan *snack box* ini memberikan rekomendasi sesuai dengan acara, waktu, kebutuhan pelanggan, berikut *snack box* yang ditawarkan oleh Shereen Cakes & Bread yaitu :

1. Paket *snack box* untuk sebuah acara

Merupakan paket *snack box* yang biasa digunakan dalam sebuah acara seperti rapat, seminar dll yang dihadiri oleh banyak orang. Menu yang terdapat dalam paket disesuaikan dengan pola makan hidup sehat dan cuaca agar pelanggan dapat melakukan aktivitas keseharian tanpa hambatan.

No.	Waktu	Menu	Penjelasan
1.	<ul style="list-style-type: none"> • Pagi 	<ul style="list-style-type: none"> • Lemper • Sosis solo • Sus buah Spesial • Air mineral 	<ul style="list-style-type: none"> • Kalori Cukup • Mengenyangkan
2.	<ul style="list-style-type: none"> • Siang 	<ul style="list-style-type: none"> • Pudding cup 	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih Segar

		<ul style="list-style-type: none"> • Sus Coklat • Risol ragout keju • Air mineral 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terlalu mengenyangkan • Tidak membuat ngantuk • Kondisi menjadi prima
3.	<ul style="list-style-type: none"> • Malam 	<ul style="list-style-type: none"> • Coklat mouse • Fruit tartle • Sus vla • Air mineral 	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk menemani santai sore/malam • Menu yang lebih rileks • Yang dapat memanjakan diri setelah melakukan aktivitas seharian

2. Paket *snack box* untuk anak-anak

Merupakan paket yang sesuai dengan image anak-anak dikarenakan pemilihan menu yang memiliki bentuk dan warna yang menarik sehingga dapat menarik perhatian anak-anak.

3. Paket *snack box* untuk sekolah

Merupakan paket yang sangat cocok untuk orang tua yang mengkhawatirkan jajanan anaknya disekolah atau menggunakan paket ini sebagai sarapan atau cemilan yang murah dan sehat.

4. Paket *snack box* untuk buka puasa

Merupakan paket *snack box* yang cocok untuk bagi umat muslim yang sedang menjalankan ibadah puasa. Dikarenakan menu ini yang sehat dan berkalori ini sesuai dengan keadaan pelanggan yang kosong seharian.

2.5.1. Hasil Analisa SWOT Sheeren Cakes & Bread

Hasil analisa mempunyai fungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi berbagai hal secara sistematis agar dapat merumuskan strategi yang tepat untuk sebuah perusahaan. Analisa yang dilakukan berdasarkan hal-hal yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), dan untuk meminimalkan segi kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*) yang berkaitan dengan Shereen Cakes & Bread. Keempat faktor tersebut dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan dan selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijaksanaan dari suatu perusahaan. Hasil analisa SWOT Shereen Cakes & Bread adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strength*)

- a. Memiliki layanan berupa *snack box* yang dapat direkomendasikan sesuai dengan waktu dan kebutuhan pelanggan.

- b. Tepat waktu dalam memberikan pelayanan.
 - c. Merupakan toko roti yang menjual berbagai jenis produk tradisional hingga modern.
 - d. Menggunakan bahan berkualitas *premium* dan bebas bahan pengawet.
 - e. Memiliki pelanggan tetap yang cukup banyak.
2. Kelemahan (*Weakness*)
- a. Produk hanya bertahan selama satu hari.
 - b. *Awareness* yang masih rendah.
 - c. Profit yang tidak berkembang.
 - d. Tidak adanya media promosi baik media cetak maupun media sosial.
3. Kesempatan (*Opportunity*)
- a. Masih sedikitnya toko roti dengan layanan *snack box* yang dapat direkomendasikan sesuai dengan waktu dan kebutuhan pelanggan.
 - b. Banyaknya acara atau permintaan yang membutuhkan *snack box*.
4. Ancaman (*Threat*)
- a. Banyaknya media promosi yang dilakukan oleh toko roti lainnya.
 - b. Sudah cukup banyak toko roti yang dapat menerima pesanan *snack box*.

- c. Masyarakat sulit untuk mengingat keberadaan Shereen Cakes & Bread sehingga dibutuhkan media promosi.

2.2. Metode Pengumpulan Data

Metode untuk mengumpulkan data yang dilakukan oleh penulis dalam perancangan ini yaitu melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan survey. Pengumpulan data ini dilakukan untuk mengetahui kondisi sebenarnya dari Shereen Cakes & Bread, apakah pengunjung sudah mengetahui seberapa kuat *brand awareness* dan produk Shereen Cakes & Bread, dan mempelajari strategi media promosi yang mampu menarik perhatian pelanggan.

2.2.1. Observasi

Pengumpulan data pertama yang dilakukan dalam perancangan adalah melalui observasi langsung di lapangan. Observasi dilakukan pada tanggal 28 Maret 2014 dengan melakukan pencarian data secara langsung pada toko Shereen Cakes & Bread, dengan tujuan untuk mengetahui kondisi sebenarnya mengenai produk, tempat, dan bagaimana bentuk media promosi yang selama ini digunakan.

Aktivitas bisnis Shereen Cakes & Bread yang sudah berjalan selama empat tahun hingga saat ini telah menjadi toko roti yang memiliki beragam jenis produk dari tradisional dan modern. Produk yang dijual oleh Shereen Cakes & Bread meliputi beragam jenis kue basah seperti ongol-ongol dan lemper, kue kering seperti nastar dan makaron, sekitar 88 jenis roti yang beraneka rasa, dan kue ulang tahun seperti *blackforest*, *tiramisu*, dan *rainbow cake*.



Gambar 3.2. Produk *Sheeren Cakes & Bread*
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2014)

Pelayanan yang diberikan oleh Sheeren Cakes & Bread dinilai cukup baik karena Sheeren Cakes & Bread memiliki anggota dan pekerja yang mempunyai pengalaman dalam membuat kue, roti, maupun dalam pelayanannya dalam menghadapi pelanggan. Hal ini dipastikan untuk menjaga kualitas dari pelayanan maupun produk milik Sheeren Cakes & Bread sehingga memaksimalkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penulis juga melihat banyaknya karyawan yang memesan layanan *snack box* untuk digunakan dalam acara yang dihadiri banyak orang seperti rapat, seminar, dll. Tidak adanya media promosi yang digunakan oleh Sheeren Cakes & Bread baik dari media cetak, media online, dan media sosial.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, Sheeren Cakes & Bread memiliki pelayanan serta produk yang potensial untuk memuaskan pelanggan. Sayangnya, Sheeren Cakes & Bread masih belum memiliki media promosi dalam bentuk apapun hingga saat ini. Padahal media promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal dengan produk yang ditawarkan kepada mereka kemudian menjadi

senang dan membeli produk tersebut yang bertujuan untuk memperluas penjualan dari toko yang nantinya akan mempengaruhi profit Shereen Cakes & Bread.



Gambar 3.3. *Shereen Cakes & Bread Gading Serpong*
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2014)

2.2.2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak perwakilan dari Shereen Cakes & Bread, Ibu Yeni selaku narasumber utama. Wawancara dilakukan pada tanggal 28 Maret 2014 untuk mendapatkan informasi secara keseluruhan yang dimiliki Shereen Cakes & Bread.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Shereen Cakes & Bread, Ibu Yeni diambil kesimpulan bahwa toko ini sebenarnya berjalan cukup baik, tetapi masih belum memiliki media promosi yang mempromosikan Shereen Cakes & Bread. Hal ini dibuktikan dengan kurangnya masyarakat yang mengetahui Shereen Cakes & Bread sehingga berdampak pada omzet yang tidak kunjung meningkat. Oleh karena itu, pihak Shereen Cakes & Bread ingin menggunakan media promosi untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan dari produk Shereen Cakes & Bread untuk kedepannya.

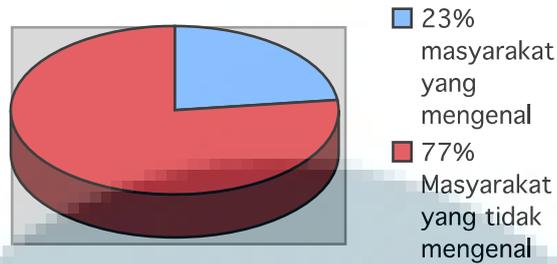
Berdasarkan wawancara dengan pihak pelanggan, tanggapan dan respon dari pelanggan Shereen Cakes & Bread mengatakan bahwa toko roti ini memiliki produk dengan kualitas yang baik dan tepat waktu dalam pelayanan. Pelanggan dari Shereen Cakes & Bread ini juga mengungkapkan bahwa Shereen Cakes & Bread memiliki sebuah layanan *snack box* yang dianggap memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh kompetitor lainnya. Narasumber yang menjadi target wawancara ini antara lain Paramount Serpong, BCA Serpong, RS Bethsaida, dll.



Gambar 3.4. Wawancara *Sheeren Cakes & Bread Gading Serpong*
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2014)

2.2.3. Survey

Survey dilakukan oleh penulis dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada 50 responden di wilayah Jakarta dan Tangerang untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung perancangan media promosi untuk Shereen Cakes & Bread.



Bagan 2.2. Hasil Survey

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat di sekitar lokasi Shereen Cakes & Bread masih kurang mengetahui adanya toko roti ini, begitu juga layanan *snack box* yang merupakan keunggulan dari toko roti tersebut tidak diketahui oleh masyarakat. Selain itu, media promosi yang dianggap dapat mengenalkan produk dan menarik minat pelanggan tidak dimiliki oleh Shereen Cakes & Bread.

2.2.4. Kompetitor dan Entitas Sejenisnya

Shereen Cakes & Bread memiliki target menengah keatas, yang tentunya memiliki kompetitor yang serupa. Beberapa kompetitor serupa yang dihadapi Shereen Cakes & Bread di wilayah Jakarta dan Tangerang, seperti AJ Bakery & Cake dan Barley Bakery & Cake yang memiliki target yang sama dan menawarkan produk yang sejenis. Layanan *snack box* Shereen Cakes & Bread yang memiliki keunikan dibandingkan dengan kompetitor lainnya yang menjadi keunggulan Shereen Cakes & Bread itu sendiri.

Analisa lebih lanjut menunjukkan bahwa kompetitor lainnya lebih cenderung menawarkan isi *snack box* berdasarkan harga dibandingkan dengan

rekomendasi *snack box* yang dipilih oleh Shereen Cakes & Bread. Harga layanan *snack box* yang ditawarkan kompetitor dan Shereen Cakes & Bread sebenarnya hampir sama tetapi yang membedakan Shereen Cakes & Bread adalah tujuan dari isi *snack box* tersebut.



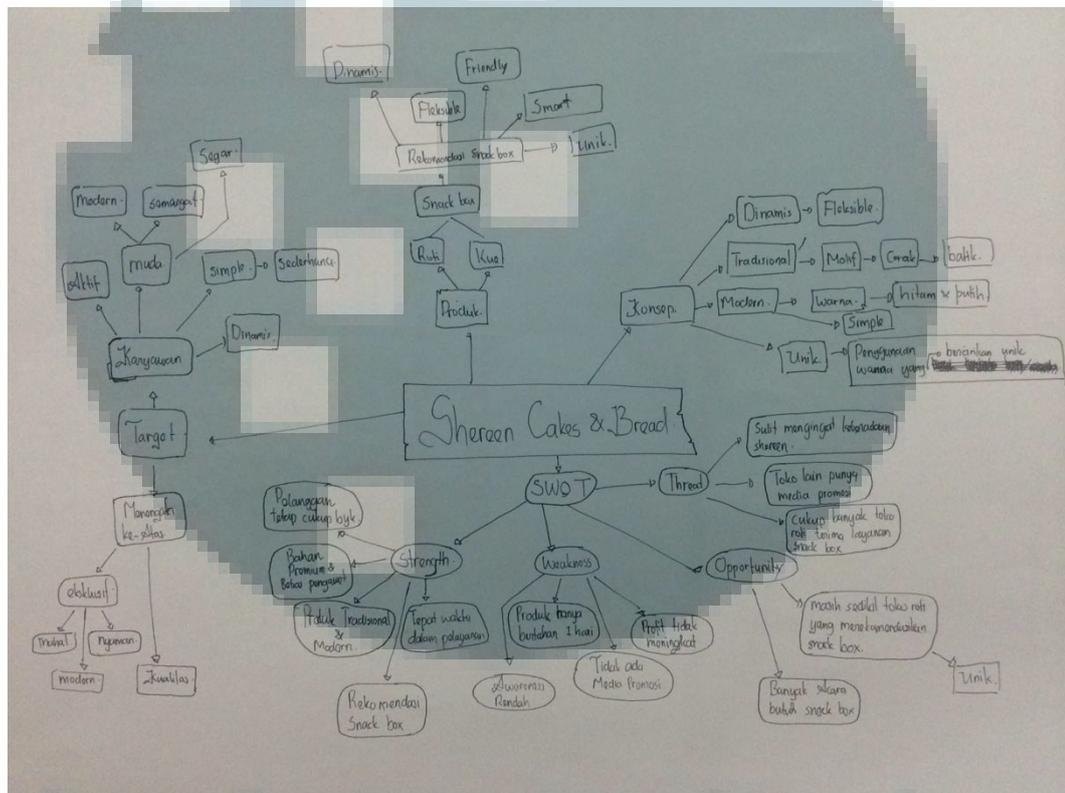
Gambar 3.4. AJ Bakery & Cake
(Sumber : <http://id.openrice.com/>)



Gambar 3.5. Barley Bakery & Cake
(Sumber : <http://static4.id.orstatic.com>, <https://abraresto.com>)

2.3. Mind Mapping

Pembuatan desain media promosi akan dimulai dengan pembuatan perencanaan konsep kreatif. Hal ini dimulai dengan pembuatan *mindmap* sebagai penjabaran pola dasar untuk memudahkan mendapatkan gambaran umum dari topik yang akan dibicarakan.



Gambar 3.6. Mindmap
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2014)

Proses *mindmap* dari Shereen Cakes & Bread dapat dimulai dari pemilihan beberapa kata kunci utama yang mencirikan sifat-sifat Shereen Cakes & Bread saat ini. Selain itu, karakter dan kelebihan Shereen Cakes & Bread dapat dilihat secara jelas dari penjabaran pola pikir di atas sehingga membantu dalam

menetapkan ide utama yang ingin ditonjolkan dalam perancangan media promosi Shereen Cakes & Bread.

Berdasarkan *mindmap* yang telah dibuat, kemudian dipilih beberapa kata kunci utama yang dianggap penting sebagai acuan dalam pembuatan konsep media promosi Shereen Cakes & Bread. Beberapa kata kunci utama tersebut antara lain seperti muda, *simple*, *friendly*, dan unik.

2.4. Konsep Kreatif

Dengan pembuatan *mindmap* di atas membawa kita pada kata kunci yang akan digunakan sebagai acuan dalam perancangan media promosi Shereen Cakes & Bread. Pertimbangan akan penggunaan kata kunci yang ditemukan dalam proses pola pikir tersebut menghasilkan sebuah konsep kreatif yaitu bagaimana menghasilkan perancangan media promosi yang mencerminkan citra Shereen Cakes & Bread sebagai toko roti yang muda, *simple*, *friendly*, dan unik.

Perancangan media promosi ini didukung dengan elemen-elemen lain, salah satunya fotografi. Fotografi yang menarik akan membantu meningkatkan nilai jual dari produk yang ditawarkan. Dengan penggunaan elemen fotografi ini juga akan sangat membantu dalam mencapai tujuan sebuah promosi. Media yang digunakan dalam pengaplikasian desain adalah media cetak yang berupa kartu nama, *voucher*, poster, brosur, *xbanner*, iklan majalah, *cutting sticker* dan *web banner*.