

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Rudi, dkk (2023, h.2451) menyatakan bahwa mayoritas orang di Indonesia mencari kue sebagai cemilan yang digemari ketika ada acara besar atau kumpul bersama, alasan dari banyaknya minat oleh khalayak banyak dikarenakan kue memiliki banyak jenis dan varian rasa, sehingga kini banyak pelaku bisnis yang membuka usaha dibidang yang sama, yaitu usaha kue. Syauqi (2022, h.94) menyatakan bahwa kebutuhan primer yang paling utama bagi manusia salah satunya adalah pangan, sehingga pelaku usaha bisnis makanan dan minuman harus terus melakukan inovasi untuk bisa bersaing di pasar.

Toko kue Salira Cake, telah berdiri sejak tahun 2007 oleh Bapak Restu Hadi Wibowo, dan memiliki 4 gerai toko kue yang berlokasi di wilayah kota Tangerang. Toko kue ini menyediakan berbagai macam kue dengan fokus utama kue bolu, brownies, dan lapis spesial dengan bermacam rasa, memiliki *range* harga mulai dari Rp. 1.500 hingga Rp. 160.000. Kue diproduksi secara *home industry*, memiliki tagline '*Always Fresh Everyday*' karena ketika selesai diproduksi langsung dikirimkan pada hari yang sama. Pelanggan lama toko kue Salira memiliki kisah menarik, dimana para pelanggan mempercayakan produk kue nya ketika sedang mengadakan acara keluarga, kumpul bersama kerabat, maupun saat mengadakan hari perayaan tertentu. Oleh karena itu, Salira Cake memiliki kedekatan emosional tersendiri kepada pelanggan loyalnya.

Meskipun sudah berdiri lama, sang pemilik mengaku kelemahan dari Salira Cake adalah tidak aktif dalam melakukan promosi, baik secara konvensional ataupun digital. Adapun promosi secara digital berupa media sosial pada akun resmi Instagram dan Facebook, namun sudah berhenti mengunggah konten sejak 2 tahun yang lalu. Pemilik mengakui belum mengetahui strategi yang tepat dalam menyampaikan pesan produknya, oleh karena itu toko kue berhenti melakukan kegiatan promosi. Akibatnya penjualan menjadi kurang stabil yang menyebabkan toko kue kurang mampu bersaing pada pasar, terlebih semakin bertambahnya

kompetitor yang melakukan bisnis di bidang yang sama, namun lebih aktif dalam memasarkan produknya. Pemilik pun mengakui pentingnya melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan toko kue Salira Cake dan ingin melakukannya dengan benar jika ada kesempatan. Seperti yang diungkapkan oleh Sarmili (2019) bahwa tantangan bagi para pelaku usaha di masa depan ialah pemasaran digital. Karena di zaman yang sudah maju, peran teknologi tidak bisa dihindari, sehingga para pelaku diharuskan untuk mampu memasarkan produknya secara *online* jika ingin bisnis bertumbuh dan berkembang pesat.

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi, terpilihnya topik Tugas Akhir sebagai solusi yang diharapkan dapat membantu persoalan Salira Cake. Perancangan strategi promosi yang tepat guna untuk mempersuasi para target kepada produk-produk Salira Cake, untuk dapat mendorong atau mempengaruhi pemutusan pembelian konsumen, yang berdampak pada peningkatan penjualan Salira Cake. Perancangan akan dimulai dari penelitian, analisis strategi, menentukan konsep hingga perancangan media-media untuk mempromosikan produk, dan metode desain yang tidak mengubah tujuan awal diberdirikannya toko kue. Besar harapan bahwa perancangan promosi yang dilakukan lewat Tugas Akhir ini mampu memberikan perubahan ke arah yang positif.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi beberapa pokok masalah sebagai berikut:

1. Adanya tantangan Salira Cake yang dapat mempengaruhi tumbuh kembang bisnis, yaitu kurangnya pemasaran produk secara digital dan konvensional.
2. Kurangnya strategi untuk menyampaikan pesan mengenai produk-produk Salira Cake dan yang dapat mendorong (mempersuasi) target, sehingga dapat meningkatkan penjualan toko kue.

Sehingga penulis menemukan suatu rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana perancangan strategi promosi beserta media-media yang tepat untuk

mempengaruhi target dalam melakukan pembelian yang dapat meningkatkan penjualan Salira Cake di Tangerang.

### **1.3 Batasan Masalah**

Sesuai dengan isu yang dihadapi oleh toko kue Salira Cake, maka perancangan ini ditujukan kepada masyarakat yang berdomisili di wilayah kota Tangerang, berusia 20-35 tahun (primer 20-28 tahun dan sekunder 29-35 tahun), memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa, pekerja dan ibu rumah tangga dengan *Social Economic Status* (SES) B, kepada target yang membutuhkan kue ketika sedang mengadakan suatu hari perayaan, target yang mencari kue sebagai cemilan ketika sedang kumpul bersama kerabat maupun keluarga, khususnya dengan fokus pada peningkatan kesadaran/ *awareness* terhadap toko kue tradisional. Ruang lingkup perancangan Tugas Akhir ini akan dibatasi pada desain media promosi digital yang menonjolkan keunikan dari Toko Kue Salira Cake.

### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk membuat perancangan promosi toko kue Salira Cake di Tangerang, dengan tujuan untuk mempengaruhi pemutusan pembelian calon konsumen yang berdampak pada peningkatan penjualan Salira Cake di masa depan.

### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

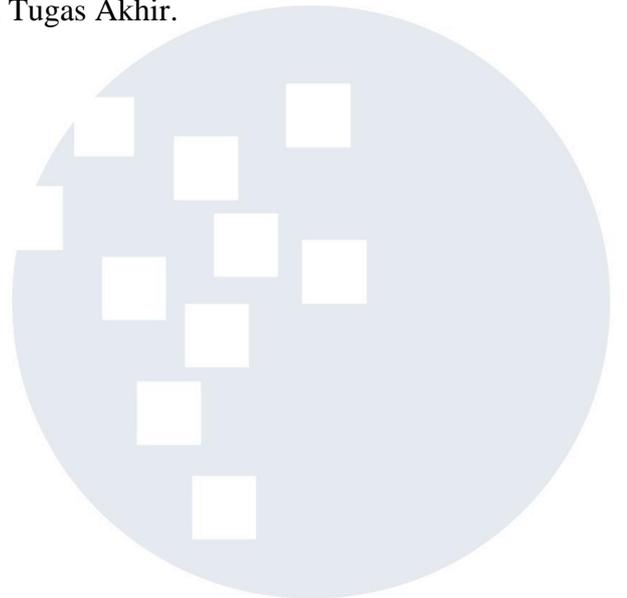
Penulis menemukan beberapa manfaat selama melakukan penelitian, yang akan dijabarkan sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoretis:**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi manfaat untuk meningkatkan minat target akan produk yang berdasarkan pada keunikan dan ciri khas dari toko kue Salira Cake. Mampu mempengaruhi pemutusan pembelian targetnya yang berdampak pada peningkatan penjualan yang stabil, supaya toko kue layak bersaing pada pasar dengan solusi berupa perancangan media promosi. Melalui penelitian ini juga diharapkan agar dapat menjadi referensi bagi mahasiswa/i selanjutnya yang ingin mengambil perancangan promosi sebagai topik Tugas Akhir.

## 2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi mengenai pilar persuasi Desain Komunikasi Visual bagi para dosen ataupun mahasiswa/i lain, terutama mengenai perancangan promosi. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi dokumen arsip untuk Universitas Multimedia Nusantara terkait pelaksanaan Tugas Akhir.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA