

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industry makanan membuat pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami kenaikan dikarenakan sumberdaya alam dan meningkatnya permintaan di Indonesia sangatlah besar. Sehingga sektor ini semakin berkembang dari tahun ke tahun. Menurut Menteri perindustrian, pada tahun 2017 pertambahan angka dalam industri makanan dan minuman sebanyak 9,23% dan mengalami peningkatan sebanyak 8,46% di tahun 2016. Pertumbuhan industri ini mayoritas dari sektor UKM sehingga kita bisa melihat para pebisnins di Industri makanan semakin bersaing dalam menghasilkan produk yang unggul dan digemari.

Persaingan ini juga terlihat di kota Bandung, banyaknya kuliner yang tersedia di kota Bandung menjadikan Bandung sebagai kota wisata kuliner favorit di Indonesia yang dilansir dari nasional.tempo.co. Tidak hanya bervariasi, kuliner bandung juga unik dan tentunya rasa yang cocok dikalangan masyarakat. Dahulu, orang jika membeli makanan pasti akan mencari yang terenak untuk memberikan rasa puas saat makan. Namun, saat ini kebanyakan orang akan mencari makanan yang indah dalam penampilan dan mengesampingkan rasa demi memuaskan diri dalam hal yang berbeda. Karena hal itu, saat ini banyak makanan yang dikemas dalam bentuk yang unik dan menarik untuk menarik pelanggannya. Fenomena ini pun dimanfaatkan oleh pengusaha kuliner untuk menciptakan peluang.

Saat ini sangat banyak makanan di kota Bandung yang di kemas dengan tampilan yang menarik. Saat ini sedang populer salah satunya yaitu dibidang bakery yaitu kue dan roti. Roti dan kue sebenarnya sudah digemari sejak dahulu karena merupakan makanan yang praktis dan cukup untuk mengganjal perut. Tapi semenjak fenomena tersebut membuat varian dari jenis makanan ini pun

semakin bervariasi. Mencoba mengikuti jaman para pengusaha kue dan roti di kota Bandung ini berlomba-lomba menciptakan kreasi kue dan roti yang menarik dan berbeda. Selain menarik perhatian khalayak dengan tampilan, para pengembang usaha juga, menciptakan tempat makan yang nyaman dengan fasilitas yang mendukung untuk para pelanggannya.

Gufron Syarif adalah seorang *creativepreneur* yang bergerak dibidang kuliner sejak 2012. Roti leutik adalah salah satu usaha kuliner yang ia bangun di kota Bandung. Roti leutik sendiri merupakan toko yang khusus menjual roti yang berukuran kecil dengan 27 varian rasa yang unik dan kekinian. Terinspirasi dari roti unyil, roti leutik dibuat lebih bervariasi dari segi rasa dan juga dibuat semenarik mungkin. Dengan rasa yang enak dan tampilan menarik berhasil menarik pelanggan dari kalangan remaja dan keluarga. Selain memperhatikan rasa dan tampilan, produk ini tidak menghilangkan manfaat gizinya. Roti ini dibuat dari tepung gandum, susu rendah lemak dan tanpa menggunakan pengawet makanan, sehingga para pelanggan tidak perlu takut jika ingin menjadikan produk ini sebagai cemilan karena produk ini menyehatkan. Roti leutik ini selain menarik pelanggan dengan produk yang unik, usaha ini juga menyuguhkan para pelanggan dengan suasana toko yang nyaman dan fasilitas yang lengkap.

Roti Leutik ini merupakan pemain baru dibidang *Bakery*, roti ini berdiri pada tahun 2017. Berbeda dengan usaha *Bakery* di Kota Bandung yang sudah berdiri lama dibandingkan roti leutik bahkan beberapa usaha sudah berdiri sejak puluhan tahun. Ini membuat roti leutik tertantang agar bisa bertahan dengan usaha yang lainnya. Roti leutik saat ini telah berupaya dalam menarik pelanggan dengan aktif mempromosikan melalui sosial media seperti *Facebook*, dan *Instagram*. Dengan memposting produk roti leutik yang di foto sedemikian rupa membuat calon pelanggan tertarik dan ingin mencoba produknya, selain roti leutik sering mengadakan kuis atau

lomba berhadiah untuk para pelanggan melalui sosial media agar pelanggan tetap setia dengan produk ini. Namun dengan upaya yang dilakukan roti leutik belum lah cukup menarik pelanggan lebih banyak lagi khususnya di daerah Bandung. Adapun faktor yang membuat roti ini kurang dikenal masyarakat karena toko tidak strategis dan letak jauh dari pusat keramaian kota sehingga masyarakat menjadi kesusahan ataupun malas untuk ke toko Roti Leutik. Diperlukannya usaha lebih untuk mengenalkan produk kepada khalayak agar produk ini bisa meningkatkan target penjualan..

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Setelah menelaah dari latar belakang maka terdapat identifikasi masalah, yaitu:

1. Hanya sedikit informasi mengenai Roti leutik yang membuat khalayak tidak begitu mengetahui produk Roti Leutik
2. Lokasi toko Roti Leutik yang jauh dari pusat kota dan kurang strategis yang membuat khalayak kurang tertarik untuk membeli produk sehingga membuat target penjualan Roti leutik menurun.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berlandaskan masalah diatas dan agar lebih mendetail pokok dari pembahasan penelitian ini, maka masalah yang dihadapi dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang promosi agar khalayak bisa mengenal dan tertarik dengan produk Roti leutik?
2. Bagaimana strategi promosi agar meningkatkan penjualan Roti Leutik?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Pokok masalah yang dijabarkan di atas, tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Merancang promosi untuk Roti Leutik agar khalayak bisa mengenal dan tertarik dengan produk Roti leutik
2. Mengetahui strategi promosi untuk meningkatkan penjualan Roti leutik

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Dalam penulisan ini terdapat berbagai manfaat yaitu:

1. Untuk memperkenalkan produk Roti leutik sehingga bisa meningkatkan penjualan
2. Untuk memberikan pengetahuan kepada khalayak tentang Roti Leutik sebagai cemilan yang sehat
3. Untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang desain komunikasi visual khususnya di bidang advertising tentang bagaimana membuat suatu rancangan promosi.
4. Untuk memberikan penambahan ilmu pengetahuan untuk penulis mengenai strategi promosi untuk Roti Leutik

## **1.6 Ruang Lingkup**

Berdasarkan hasil dari latar belakang, penulis memfokuskan pada strategi promosi Roti leutik dikarenakan kurangnya tindakan Roti Leutik dalam hal promosi sehingga Roti leutik kurang diketahui oleh masyarakat khususnya masyarakat Bandung dan menyebabkan penjualannya menurun. Hal tersebut akan berpengaruh pada keinginan konsumen, karena pelanggan tidak tertarik untuk menggunakan bahkan membeli suatu produk apabila konsumen tidak mengetahui tentang produk tersebut. Agar ruang lingkup penelitian menjadi terfokus, maka masalah penelitian yang akan diteliti adalah “Bagaimana menghasilkan strategi promosi untuk Roti Leutik”.

## **1.7 Metodologi Penelitian**

Metode kualitatif digunakan sebagai metode dalam penelitian ini. penulis yaitu menggunakan metode kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin (dalam Wiratna, 2014; 19), metode kualitatif merupakan salah satu metode penelitian yang menghasilkan data yang tidak dapat ditemukan dengan menggunakan statistik atau dengan cara kuantifikasi .

### **1.7.1 Metode Pengumpulan Data**

- a. Studi Pustaka

Menurut wiratna, studi pustaka adalah analisis dari bahan dokumentasi baik dalam tertulis maupun pemikiran seseorang yang tertulis dalam sebuah media tulis. Untuk dikaji lebih jauh untuk menentukan pencapaian pada topik tertentu dari sebuah teks. (V.wiratna, 2014:23). Metode pengumpulan data dengan cara menggali data, mencari berbagai sumber yang berkaitan dengan masalah yang terkait.

b. Wawancara (interview)

Wawancara adalah proses untuk mendapatkan informasi melalui proses tanya jawab secara langsung dengan peneliti dan pemberi informasi. (V.Wiratna, 2014: 23). Cara mengumpulkan data yaitu dengan berbicara langsung dengan pihak Roti Leutik yang dapat memberi informasi secara mendalam sesuai dengan permasalahan yang ada.

Observasi

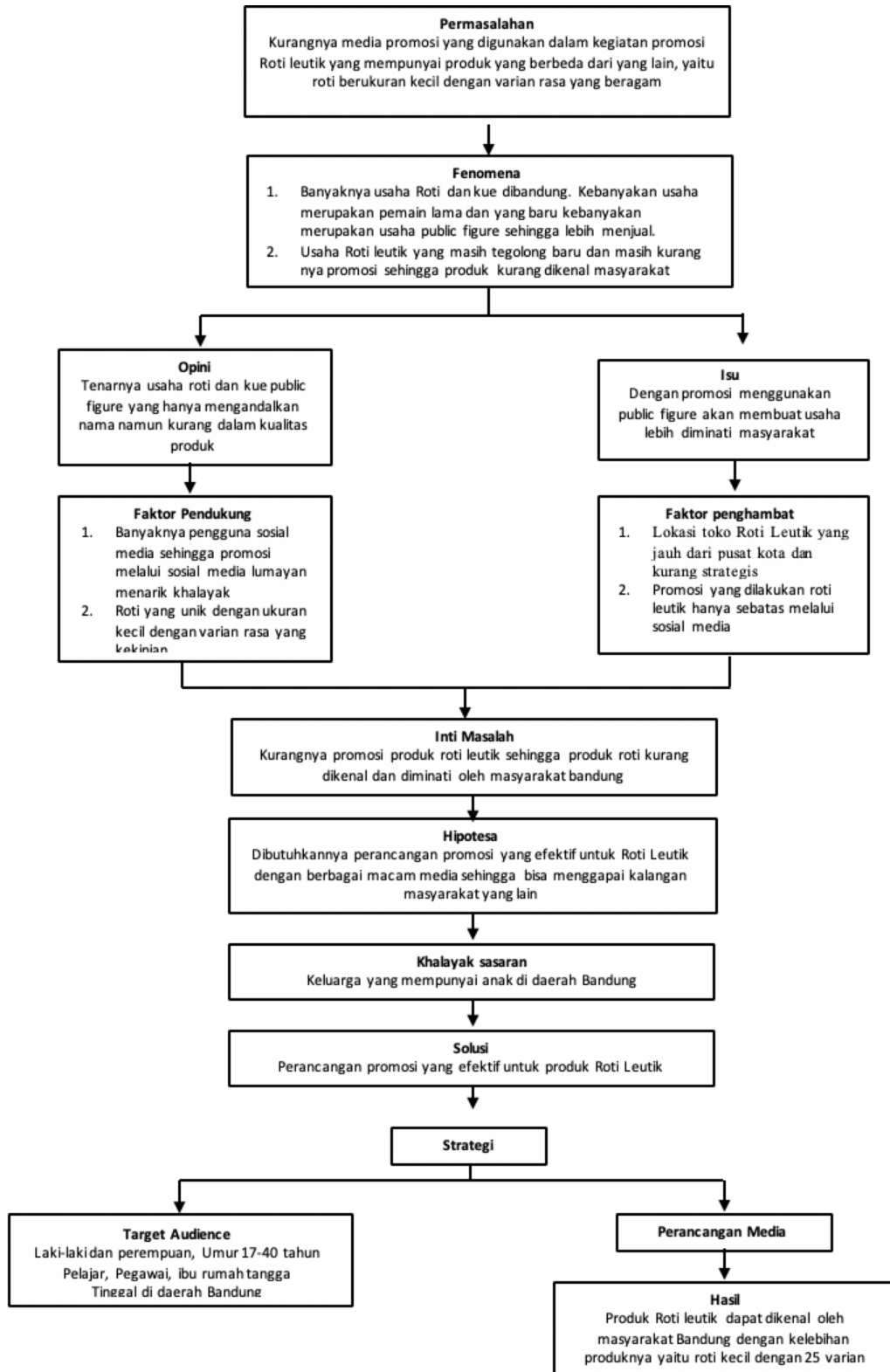
Observasi adalah melakukan pengamatan secara keseluruhan pada peristiwa tertentu. Tujuan dari observasi untuk meneliti dan memahami kegiatan dari individu maupun kelompok di saat waktu tertentu. (V.Wiratna, 2014:2013). Menggumpulkan data menggunakan sistem mengamati dan mencatat peristiwa pada objek tersebut. Penulis melakukan observasi terhadap roti leutik, dan perilaku khalayak terutama para pelanggan roti leutik.

1.7.2 Metode Analisis Produk

Penulis menggunakan analisis SWOT yaitu *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*. Metode ini digunakan untuk menganalisis produk yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi. Menurut Freddy, SWOT adalah pengenalan dari banyak sisi secara keseluruhan untuk membuat suatu prosedur untuk perusahaan. Analisis tersebut yang dapat menguatkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportuny*), dan disaat bersamaan dapat mengurangi

kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*). Mengambil keputusan yang berhubungan tujuan dan perencanaan dari perusahaan. (Freddy Rangkuti, 2011;198)

## 1.8 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka pemikiran  
Sumber : Data Penulis

## 1.9 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penyusunan penelitian, penulis menjabarkan sistematis penulisan yaitu:

**Bab I Pendahuluan**, penulis tentang mengkaji latar belakang penulisan perihal strategi promosi Roti Leutik dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat dan meningkatkan penjualan, dan alasan penulis melakukan penelitian, mengetahui tujuan dan manfaat penulisan, kerangka pemikiran, metode penulisan dan sistematis penulisan.

**Bab II Dasar Pemikiran**, menjabarkan teori yang berkaitan dengan merancang promosi produk Roti Leutik.

**Bab III Data dan Analisis Masalah**, menjelaskan tentang data yang diperoleh dari hasil pengamatan (observasi) dan juga menjelaskan hasil dari data yang diperoleh ditambahkan dengan teori pada bab II untuk perancangan strategi

**Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan**, menjelaskan konsep meliputi ide besar, strategi kreatif konsep media, *marketing communication*, dan hasil perancangan promosi. Hasil dari perancangan mulai dari sketsa hingga visual akhir.



