

BAB I

1.1. Latar Belakang Masalah

Restoran menurut Soekresno (2000:7), adalah suatu usaha komersial yang menyediakan pelayanan minum dan makanan untuk umum dan dikelola secara terlatih atau profesional.

Dan menurut Istilah Kamus Pariwisata Dan Perhotelan (2003:66) *Cafe* adalah sebuah restoran yang memiliki menu yang terbatas. *Cafe* adalah sebuah istilah dari kata *Coffee* yang memiliki arti tempat makan beserta dengan minum yang menyediakan menu cepat dan mudah serta menyediakan minuman ringan untuk konsumen yang ingin santai-santai atau ingin menunggu sesuatu. Namun istilah *Coffee* biasanya dipakai untuk istilah *Coffee Shop*.

PT. Eresto Digital Solution Indonesia adalah perusahaan dalam bidang teknologi yang memfokuskan pada bagian sistem dan pelayanan untuk sebuah bisnis atau usaha restoran dan kafe atau bisa dibilang pengusaha dalam bidang kuliner. Eresto merupakan *SaaS (Software as a Service)* berbasis *cloud* untuk menjalankan sebuah bisnis restoran secara profesional. Eresto sebagai *Enterprise Resource Planning* terdiri dari *Point of Sales, Waitress Apps, Kitchen Apps, Inventory Management, Supplier Management, Accounting, HR, dan CRM (Customer Relationship Management), Production, Purchasing*, yang terintegrasi. Eresto menyelesaikan banyak permasalahan di bidang usaha restoran dan kafe serta memberikan banyak kemudahan dan solusi kepada pemilik usaha kuliner yang ingin memantau dan mengelola bisnis mereka secara *realtime*.

Alur proses produksi yang dilakukan Eresto dari pertama mendapatkan klien sampai ke proses pemasangan sistem Eresto adalah sebagai berikut:

1. Mendata restoran berdasarkan database restoran dari pemerintah kota setempat yang belum memiliki sistem pelayanan.
2. Mendatangi restoran yang bersangkutan serta menawarkan sistem pelayanan Eresto.
3. Mempersentasikan sistem pelayanan Eresto dihadapan *Supervisor* dan *Manager* dan mengajukan sebuah proposal.
4. Pembelian dan pembayaran *hardware* restoran sesuai dengan kebutuhan restoran atau kafe yang bersangkutan.
5. Pihak Eresto mengatur *server* dan memasukkan menu, harga, logo restoran, dan sebagainya ke dalam sistem pelayanan aplikasi.
6. Pihak restaurant mulai pemasangan jaringan agar sistem pelayanan Eresto bisa mulai dijalankan dan pihak Eresto memasang sistem aplikasi ke perangkat *hardware* restaurant.
7. Pihak Eresto melatih pelayan, kasir, chef, dan pemilik restoran cara menggunakan sistem aplikasi pelayanan Eresto

Media promosi yang telah dilakukan oleh Eresto Digital Solution adalah membagikan kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan untuk memperkenalkan perusahaan Eresto kepada perusahaan yang lainnya di media sosial. Selain itu Eresto juga memperkenalkan produknya beserta keunggulan yang dimiliki Eresto, dengan mengadakan seminar kepada pemilik usaha kuliner di Bandung. Membagikan kegiatan-kegiatan di akun sosial media dan mengadakan seminar saja itu tidak cukup untuk memperkenalkan Eresto kepada masyarakat. Diperlukan media promosi lainnya yang sering dilihat secara langsung maupun tidak langsung oleh masyarakat sehingga bisa menarik perhatian masyarakat dan mengingatkan masyarakat bahwa adanya produk Eresto solusi pelayanan untuk usaha kuliner. Agar berhasil dikenal masyarakat,

Eresto harus memiliki pembeda, strategi promosi dan media visual yang unik dan menarik dengan produk yang dimiliki oleh kompetitor.

1.2. Permasalahan

Permasalahan yang diangkat terletak pada Eresto adalah kurangnya kegiatan promosi untuk mengenalkan dan mengingatkan Eresto kepada masyarakat. Serta informasi mengenai keunggulan-keunggulan produk yang dimiliki Eresto.

1.2.1 Identifikasi Masalah

- 1 Eresto kurang dalam melakukan sebuah promosi atau pengenalan produk yang berbasis pelayanan untuk restoran dan kafe.
- 2 Promosi yang pernah dilakukan melalui acara yang dikhususkan untuk para *startup*.
- 3 Kurang dikenal oleh banyak masyarakat maupun pengusaha dalam bidang kuliner.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

- 1 Bagaimanakah membuat strategi promosi yang tepat untuk Eresto ?
- 2 Bagaimanakah cara membuat media promosi Eresto yang bisa menarik perhatian masyarakat ?

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini akan berfokus kepada Media Perancangan Promosi Eresto sesuai masalah dan tujuan yang telah dibuat. Dan Penelitian ini juga akan dilakukan pada bulan Juli 2018 sampai Juli 2019. Penelitian akan dilaksanakan di kantor Eresto yang berlokasi di Kota Bandung, Jalan Jakarta, Kacapiring, Batununggal Bandung, Jawa Barat. Penelitian akan berfokus kepada Strategi dan Media Promosi apa saja yang akan dilakukan untuk menjadi landasan perancangan promosi yang baru untuk aplikasi eResto. Karena Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan beberapa masalah promosi yang masih sedikit peminatnya khususnya di kalangan pengusaha dibidang kuliner. Pada akhirnya penelitian ini akan bermanfaat dan digunakan untuk referensi bagi pembaca, penulis maupun pemerintah dalam menyelesaikan masalah promosi.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

- 1 Membuat strategi promosi yang tepat untuk eResto.
- 2 Membuat media promosi yang menarik dan kreatif yang bisa diterima oleh semua kalangan masyarakat.

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1 Manfaat Bagi Akademis

- 1 Dihaarapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat.

1.5.2 Manfaat Bagi Peneliti

- 1 Menambah wawasan dalam bidang strategi promosi.
- 2 Menambah keterampilan dalam bidang me dia promosi.

1.6 Metodologi Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1 Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013: 231) bahwa wawancara merupakan pertemuan antar dua orang atau lebih untuk bertukar ide dan juga informasi melalui sebuah sesi tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna yang terdapat dalam suatu topik tertentu.

Wawancara dilakukan dengan CEO (Emillie Junior) dan CMO (Azmiah). Dimulai dengan menanyakan tentang permasalahan yang ada di Eresto dalam bidang promosi. Lalu dilanjutkan dengan nama nama pengguna yang masih menggunakan aplikasi dan juga tata cara penggunaan aplikasi tersebut.

2 Observasi

Riduwan (2004:104) mengatakan bahwa observasi adalah suatu teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung kepada objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.

Observasi dilakukan di kantor Eresto yang diberikan oleh CEO dan CMO Eresto dengan kumpulan data nama-nama klien Eresto yang masih aktif menggunakan aplikasi tersebut.

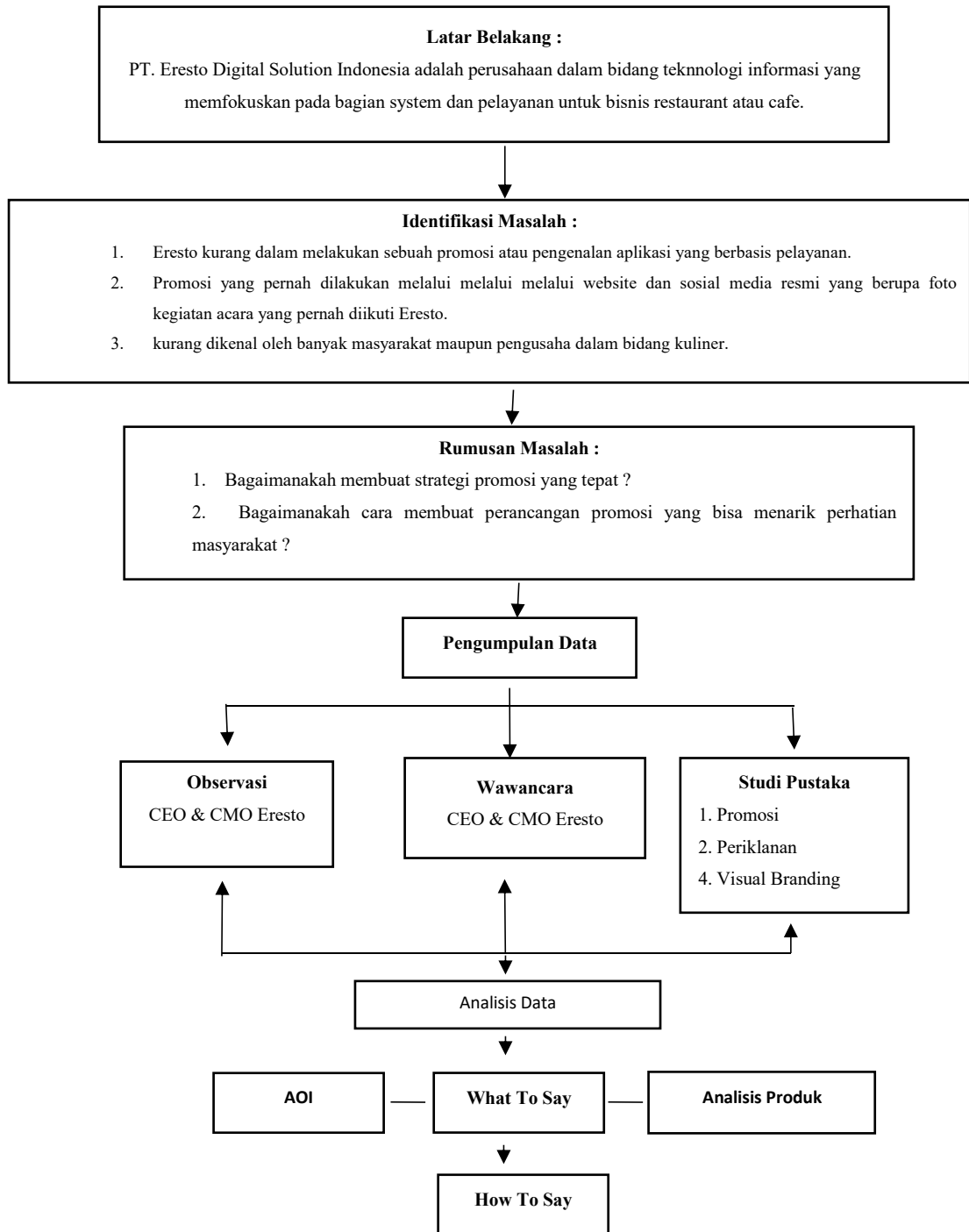
3 Studi Pustaka/Studi Dokumentasi

Studi pustaka menggunakan referensi beberapa buku yang berkaitan dengan iklan dan juga promosi. Ada pula buku yang berhubungan dengan teori-teori DKV dan teori mengenai metode penelitian. Selain itu, melihat referensi dari penulisan tugas akhir dalam program studi yang sama mengenai perancangan promosi aplikasi.

1.6.2 Metode Analisis

Untuk metode analisis data sendiri yaitu menggunakan metode analisis AIO dan AISAS. Menurut Kotler (2002: 193) psikografik senantiasa menjadi sebuah metodologi yang valid dan bernilai bagi sebagian besar pemasar kualitatif. AIO sendiri merupakan sebuah metode analisis gaya hidup yang terbentuk dari *Activity* (kegiatan), *Interest* (ketertarikan), dan *Opinion* (pendapat).

1.7 Bagan Perancangan



Bagan 1.1 Bagan Perancangan

1.8 Pembabakan

1.8.1 BAB I Pendahuluan

Pendahuluan di bagian pendahuluan, penulis mengenalkan produk dan menjelaskan permasalahan yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, identifikasi masalah, ruang lingkup masalah, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan kerangka perancangan.

1.8.2 BAB II Landasan Teori

Dasar pemikiran pada bagian ini berisikan teori yang bersumber pada teori dari buku yang relevan untuk digunakan sebagai pendukung teoritis dalam perancangan Promosi.

1.8.3 BAB III Data dan Analisis

Data dan analisis masalah pada bab ini penulis menyantumkan data yang kemudian disusun dengan mengolah data dan menganalisa hasil observasi.

1.8.4 BAB IV Konsep dan Perancangan

Konsep dan hasil perancangan pada bab ini penulis menuturkan konsep yang akan dilakukan pada Perancangan Promosi Aplikasi Eresto. Berisi penjelasan strategi kreatif serta media visualnya untuk memperoleh hasil perancangan promosi yang baik.

1.8.5 BAB V Penutup

Penutup bab ini berisi kesimpulan dan juga saran yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang menjelaskan hasil dari perancangan promosi produk terkait.

