

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Pasuruan salah satu kota yang ada di Jawa Timur yang dilewati oleh jalur pantura yang membuat padatnya aktivitas. Tak heran di Kota Pasuruan kini banyak usaha baru dibidang roti dengan ditandai meningkatnya industri roti di Indonesia. Hal tersebut didukung oleh artikel dari Kontan.co.id (Hidayat, 2017) yang menyatakan bahwa Bisnis roti dan kue bertambah 10% sehingga menyebabkan semakin ketatnya persaingan yang membuat para pelaku usaha berlomba melakukan promosi untuk menaikkan penjualan produknya.

Menurut Saladin (2003), hampir semua pelaku usaha kini melakukan promosi, Promosi merupakan unsur dalam bauran pemasaran perusahaan tujuannya untuk memberitahukan serta membujuk sehingga meningkatkan penjualan suatu produk. Promosi dapat dilakukan melalui internet yang melalui media sosial tujuannya untuk memudahkan target audiens mengetahui informasi tentang produknya. Penggunaan promosi internet adalah sesuatu hal yang menarik pada era digital saat ini karena proses penyebaran informasi dapat menjadi mudah, oleh karena itu banyak penjual memanfaatkan hal ini untuk memudahkan promosi produk kepada target audiens atau konsumen yang berlanjut proses jual beli melalui *online shop* tujuannya untuk memudahkan pembelian produk dan memberi pilihan cara membeli produk bagi pelanggan (Moriarty et al., 2009).

Banyak berdirinya pesaing usaha roti yang baru di Kota Pasuruan dengan melakukan promosi yang gencar dan rutin dengan membuat konten melalui *digital platform* agar terus mendapatkan perhatian produk dengan promosi melalui media sosial. Mengingat saat ini hampir semua orang dari semua lapisan masyarakat melakukan aktivitasnya menggunakan *digital platform*. Perlu dilakukannya promosi karena strategi promosi merupakan komunikasi yang tujuannya untuk persebaran informasi guna mempengaruhi serta membujuk sehingga konsumen membeli dan loyal terhadap produk yang ditawarkan(Nurbani et al., 2019).

Roti Matahari merupakan produsen yang menjual roti dengan varian roti yang telah ada sejak tahun 1955 yang dalam pengelolaannya telah diwariskan turun-temurun yang saat ini telah dikelola oleh generasi ke-3 yakni cucunya yang bernama Samuel Laksamana dengan tujuan mempertahankan kualitas dan juga rasa yang khas dari varian roti yang memiliki harga terjangkau. Maka dari itu Roti Matahari yang sampai saat ini memiliki 8 aneka varian roti yang diantaranya roti sisir *roombutter*, roti sisir original, roti krim meses, roti darmo, roti sisir kering dan varian roti lainnya. Roti ini dibuat menggunakan bahan tepung, telur, mentega, dan gula, dan tanpa bahan pengawet yang membuat tekstur roti tetap lembut meskipun disimpan pada suhu ruangan, agar para konsumen tidak merasa takut karena roti ini menyehatkan, aman, dan enak. Hal ini bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan menjaga rasa, mutu, dan varian roti yang tetap terjaga.

Berdasarkan data yang diperoleh penulis dari hasil wawancara, Roti Matahari merupakan salah satu perusahaan di bidang *bakery* yang menawarkan roti yang memiliki keunikan varian roti jadul dengan cita rasa enak yang tidak berubah sejak tahun 1955 hingga saat ini. Roti Matahari merupakan roti yang dikemas sederhana dan memiliki ciri khas rasa dan varian yang beda dari yang lain. Salah satu varian roti yang khas tersebut yaitu roti sisir *roombutter* yang muncul dari bahasa belanda yang memiliki kualitas dan rasa yang membuat tekstur yang tetap lembut dan aroma roti yang lebih wangi. Namun tidak berarti varian yang lain tidak memiliki rasa yang berbeda, karena dalam pembuatannya bahan yang digunakan tetap sama agar memiliki ciri khas rasa yang terjaga sejak tahun 1955. Dengan ini konsumen yang tertarik yakni mulai kalangan remaja hingga yang sudah berkeluarga. Karena Roti Matahari tetap memberikan rasa dari varian roti yang tetap sama dan tak berubah.

Roti Matahari merupakan produsen roti yang terbilang cukup lama dari para pesaing yang ada sekarang. Akan tetapi dengan penjualan yang mengalami penurunan. Promosi dengan media visual yang dilakukan masih terbatas sehingga diperlukan promosi yang menaikkan penjualan. Roti Matahari berusaha untuk menarik pelanggannya dengan mempromosikan produknya melalui media sosial seperti Facebook, dan Instagram. Usaha yang dilakukannya berupa mengunggah

foto produk Roti Matahari dengan tujuan agar calon pembeli tertarik dan ingin membeli produk yang ditawarkan. Maka dari itu tujuan penelitian ini untuk tercapainya target penjualan produk yang diharapkan dengan menggunakan media visual dengan aktif, dan kreatif menggunakan pesan yang sesuai dengan target audiens. Agar pesan yang disampaikan melalui visual dapat tersampaikan dan sesuai dengan target audiens yang dituju.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah ada, maka dapat diidentifikasi masalahnya yaitu:

1. Kurangnya omzet yang diterima dikarenakan tidak sesuai dengan target yang diharapkan dalam penjualan produknya karena kurangnya promosi yang dilakukan.
2. Promosi yang dilakukan oleh Roti Matahari masih terbatas yang melalui media sosial

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perancangan strategi pesan utama promosi Roti Matahari untuk meningkatkan penjualan?
2. Bagaimana perancangan strategi visual dan media promosi Roti Matahari untuk meningkatkan penjualan?

1.4 Ruang Lingkup

Untuk menghindari pembahasan agar tidak meluas maka difokuskan pembahasannya yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Apa

Roti Matahari merupakan produsen produk roti yang mempunyai 13 varian roti diantaranya roti sisir, roti kering, roti darmo, dan lainnya dengan varian uniknya yaitu roti sisir *roombutter*. Roti Matahari dikelola secara turun temurun sampai ke generasi ke-3 dengan tujuan tetap menjaga mutu dan kualitas roti yang telah ada sejak tahun 1955.

1.4.2 Siapa

Target yang dituju untuk kalangan remaja, karyawan, dan ibu rumah tangga yang ada dari rentang umur 18-30 tahun. Dengan rata-rata penghasilan perbulan Rp.3.500.000,- untuk wilayah Kota Pasuruan.

1.4.3 Bagaimana

Dalam perancangan strategi promosi untuk pengumpulan data menggunakan metode kualitatif, dan untuk perencanaan media dan menggunakan AISAS.

1.4.4 Tempat

Toko dan tempat pembuatan Roti Matahari terletak di Jl. Soekarno Hatta No.42-44 Kota Pasuruan, 67131, Jawa Timur.

1.4.5 Waktu

Penelitian dimulai pada bulan September hingga Januari untuk proses penggalian data yang dibutuhkan, dan untuk waktu pengerjaan penelitian tugas akhir ini dilakukan dimulai bulan Februari hingga menjelang sidang akhir di bulan Juni.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk menyampaikan pesan melalui promosi untuk mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk Roti Matahari sebagai berikut:

1. Penggunaan media kreatif untuk promosi menggunakan sosial media untuk menggaet para calon pembeli baru maupun konsumen lama.
2. Pembuatan Strategi kreatif menggunakan media visual yang efektif dan sesuai untuk target audiens.

1.6 Pengumpulan Data dan Metode Analisis Data

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam pengerjaan tugas akhir ini menggunakan metode kualitatif, untuk pengumpulan data sebagai berikut :

a) Observasi

Observasi adalah proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia yang dari kegiatan tersebut bersifat alami untuk menghasilkan fakta. Oleh karena itu observasi yang dari bagian integral dari cakupan penelitian lapangan etnografi.

Menurut Conny R. Semiawan (2010), observasi merupakan kegiatan pengumpulan data dengan terjun langsung ke lapangan.

b) Wawancara

Pertemuan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan tujuan bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

c) Studi Pustaka

Penulis menggunakan buku sebagai bahan acuan studi pustaka dalam penelitian diantaranya buku Advertising (Moriarty et al., 2009), Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital (Ilhamsyah, 2021), Rahasia Membuat Promosi yang Menjual (Puspito, 2014), dan beberapa buku lain, dan jurnal online lain.

d) Kuesioner

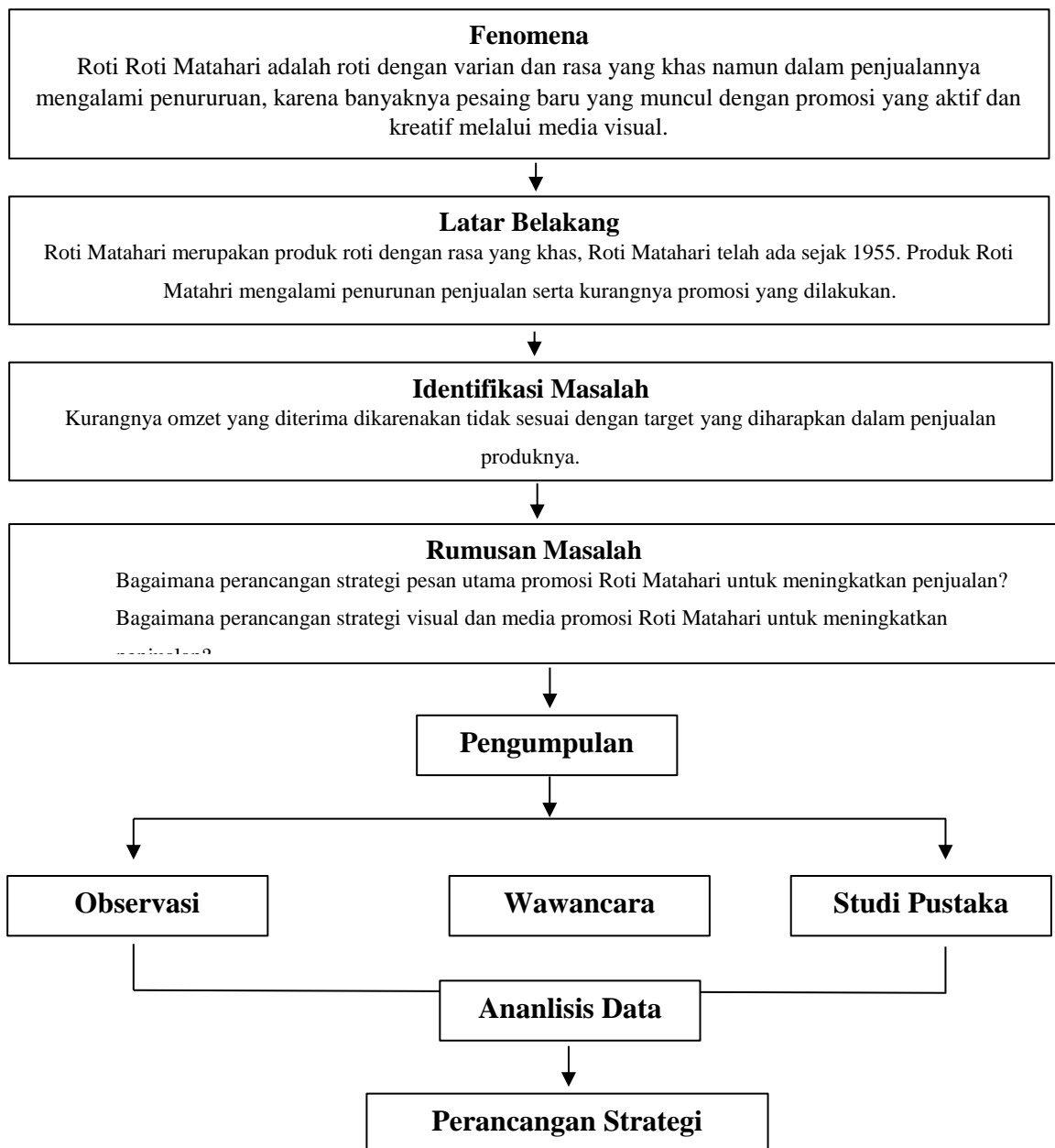
Kuesioner untuk pengumpulan data yang hasilnya didapatkan dengan membagikan pertanyaan atau sebuah pernyataan yang dibagikan kepada responden untuk menjawabnya

1.6.2 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis SWOT (*strength, Weakness, opportunities, Threats*) untuk memahami informasi yang telah dikumpulkan dan mengidentifikasi problem yang terjadi, dan AOI (*activity, opinion, interest*) dengan tujuan agar mengetahui aktivitas sampai dengan ketertarikan dari target audiens.

1.7 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian membantu penulis dalam perancangan promosi yang dibuat supaya pembuatan perancangan rapih yang melalui urutannya. Melalui kerangka penelitian, penulis dapat melaksanakan perancangan promosi dengan lebih terstruktur. Kerangka penelitian yang telah dibuat adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

Sumber: Data Pribadi

1.8 Pembabakan

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bagian pendahuluan berisi tentang informasi perusahaan dan penjelasan masalah yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan kerangka penelitian.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Dalam bagian ini berisi mengenai teori-teori yang berasal dari buku atau jurnal yang berhubungan untuk mendukung dalam proses Perancangan Strategi Promosi Roti Matahari Kota Pasuruan.

BAB 3 DATA DAN ANALISIS

Dalam bagian ini data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang disusun dan dijelaskan meliputi data produk, data kompetitor, data khalayak sasaran, wawancara.

BAB 4 KONSEP & HASIL PERANCANGAN

Dalam bagian ini berisi mengenai perihal konsep yang digunakan pada Strategi Promosi Roti Matahari Kota Pasuruan yang berisi mengenai penjelasan konsep media visual dengan pesan yang kreatif dengan media digital.

BAB 5 PENUTUP

Dalam bab ini berisi mengenai saran dan kesimpulan yang menjawab rumusan masalah dengan penjelasan dari hasil perancangan promosi yang telah dilaksanakan.