

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Maraknya bisnis kuliner di Indonesia telah menghipnotis sebagian besar masyarakat Indonesia untuk dijadikan suatu *lifestyle*. Bahkan strata hidup seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa asupan makanan yang mereka sajikan sehari-hari. Berbagai macam sajian kuliner yang eksklusif kelas atas, menengah hingga standar kelas bawah yang dapat kita pilih sebagai kebutuhan kita untuk bertahan hidup.

Belakangan ini menu daging bebek terlihat semakin marak. Mulai dari pedagang kaki lima, restoran hingga hotel berbintang menyediakan menu bebek. Peluang usaha ini banyak dimanfaatkan para pelaku usaha restoran yang menyediakan menu bebek tampaknya kian berkembang seiring peningkatan minat masyarakat menyantap daging bebek. Masyarakat sebagai konsumen yang cerdas semakin menuntut adanya pemenuhan kebutuhan pangan yang berkualitas, terjangkau, dan praktis dari sisi penyajian maupun cita rasa. Hal ini menjadi tantangan dan daya tarik tersendiri bagi para pengusaha bebek dalam hal pemenuhan keinginan pelanggan. Mereka menawarkan berbagai variasi masakan bebek, mulai dari bebek goreng, bebek bakar, bebek sambal hijau, bebek rica-rica dan lain sebagainya.

Bandung adalah salah satu kota besar yang ada di Indonesia yang sering juga di sebut sebagai kota kembang. Bandung juga dikenal sebagai kota wisata kuliner. Potensi kuliner khususnya restoran dan rumah makan yang begitu banyak dan sangat populer. Sehingga tidak menutup kemungkinan jika produk makanan dari Bandung akan cepat terkenal hingga menjadi favorit masyarakat. Berbicara tentang kuliner, Bandung kini sedang ramai dengan restoran yang bernuansa masakan bebek, Banyak orang yang bersaing membuat restoran dengan cara mengolah bebek menjadi makanan yang nikmat dan di tata menarik, antara lain Bebek Garang, Bebek Udig, *The Duck King*, Bebek Ali Borromeus, Bebek Setan dan lain-lain. Perusahaan tersebut berlomba-lomba membuka restoran dan siap

bersaing dengan pesaing lainnya.

Bebek Intan Sari “spesial sambal jurig” merupakan salah satu restoran yang saat ini berkembang didunia bisnis kuliner yang berbasis menu bebek dengan menyajikan daging bebek berbagai macam rasa. Bebek Intan Sari “spesial sambal jurig” ini dikelola oleh Intan Kusuma Ningsih, Membuka *outlet* pertamanya di Bandung berbentuk restoran yang berada didalam kawasan *mal* dan didalam kawasan pusat belanja *carrefour*. Pada tanggal 12 Desember 2012 pertama kalinya restoran Bebek Intan Sari “spesial sambal jurig” dibuka, hingga saat ini telah membuka beberapa cabang lainnya di daerah Bekasi dan Jakarta. Bebek Intan Sari “spesial sambal jurig” menyajikan makanan daging bebek sebagai menu utamanya, produk ini diproduksi secara umum dimulai dari pemilihan bebek yaitu bebek afkir selanjutnya pemotongan bebek lalu di ungkep agar tidak berbau amis dan cara pengembangannya dengan racikan bumbu khas yang dimiliki oleh koki Bebek Intan Sari.

Hingga saat ini Bebek Intan Sari hanya mempromosikan produknya dengan selebaran kertas menu kepada calon konsumen, ruang lingkup yang terbatas dan belum banyak khalayak umum mengetahui keberadaan restoran berbasis bebek ini, hingga penjualan yang menurun setiap tahunnya. Dengan permasalahan yang ada, perlu adanya sebuah bentuk promosi penjualan yang menarik dan unik agar dapat menarik perhatian para calon konsumen.

Dari begitu banyak restoran yang ada di Indonesia khususnya di Bandung, saya sebagai penulis memilih Bebek Intan Sari “spesial sambal jurig” sebagai tempat penelitian untuk membuat karya ilmiah ini dengan judul **“PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PENJUALAN BEBEK INTAN SARI BANDUNG”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Restoran Bebek Intan Sari Bandung ini belum dikenal oleh khalayak umum.
2. Menurunnya omset di Restoran Bebek Intan Sari dikarenakan strategi pemasaran yang lemah.
3. Restoran Bebek Intan Sari Bandung belum memiliki media promosi yang efektif dan informatif.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana agar Restoran Bebek Intan Sari dikenal oleh khalayak umum?
2. Bagaimana cara untuk meningkatkan omset Restoran Bebek Intan Sari?
3. Bagaimana agar Restoran Bebek Intan Sari memiliki media promosi yang efektif dan informatif?

1.4 Ruang Lingkup

1. Apa

Perancangan Media Promosi Penjualan Bebek Intan Sari Bandung”

2. Bagaimana

Perancangan Media Promosi Penjualan Bebek Intan Sari Bandung untuk dapat dikenalin oleh khalayak umum dengan cara memberikan kupon, apabila melakukan pembelian minimal Rp 50.000,- konsumen berhak menerima kupon yang nantinya akan ditukar dengan menu yang sama secara gratis. Sehingga konsumen akan berkali-kali datang untuk mendapatkan sebuah bentuk promosi tersebut. Dan membuat bentuk media promosi yang berbeda untuk menarik perhatian khalayak umum.

3. Siapa

Target Audience dari perancangan media promosi dan promosi penjualan

adalah kalangan ibu-ibu muda.

4. Dimana

Perancangan media promosi penjualan ini akan dilakukan di Restoran Bebek Intan Sari dimana lokasi ini berada di salah satu tempat perbelanjaan yaitu *Carrefour*, Bandung.

5. Kapan

Pengumpulan data dilakukan sejak bulan Maret, sedangkan untuk perancangan media promosi dan promosi penjualan akan dimulai pada bulan April-Juli 2014.

1.5 Tujuan

Adapun tujuan penulisan ini adalah :

1. Agar khalayak umum mengenal restoran Bebek Intan Sari Bandung.
2. Meningkatkan omset Restoran Bebek Intan Sari dengan media promosi dan promosi penjualan yang dirancang oleh penulis.
3. Agar Restoran Bebek Intan Sari memiliki media promosi penjualan yang lebih efektif dan informatif sesuai *target audience*.

1.6 Manfaat

1. Manfaat Praktis

- a. Sebagai syarat kelulusan sebagai mahasiswi untuk mendapatkan gelar sarjana di Telkom Creative Industries School.
- b. Menambah kemampuan dan pengetahuan dalam dunia komunikasi untuk masa yang akan datang.
- c. Mendapatkan ilmu di dalam industri bidang kuliner yang kedepannya menjadi minat yang nyata untuk masa depan saya

sebagai penulis.

2. Manfaat Akademis

- a. Sebagai sarana informasi untuk menambah pengetahuan dan wawasan luas.
- b. Sebagai sumbangan dari perspektif akademis bagi pengembangan ilmu komunikasi dan pemasaran pada umumnya serta pengembangan.

3. Manfaat Perusahaan

- a. Sebagai saran, masukan dan informasi baru bagi perusahaan untuk membuat *strategy marketing* yang baik untuk masa yang akan datang.
- b. Membangun nilai positif bagi perusahaan yang menjadi tempat penelitian khususnya Restoran Bebek Intan Sari Bandung.

1.7 Cara Pengumpulan Data Dan Analisa

Metode yang digunakan penulis adalah metode penelitian kualitatif dalam pengumpulan data dengan pendekatan deskriptif. Dimana penelitian menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku yang diteliti. Berikut langkah-langkah yang diambil dalam pengumpulan data :

1.7.1 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Dengan cara ini penulis mengadakan penelitian langsung untuk memperoleh data-data perusahaan. Ada 2 (dua) cara yang dilakukan penulis untuk mengambil data dari perusahaan, yaitu :

- a. Observasi : yaitu pengamatan langsung terhadap aktivitas-aktivitas perusahaan yang erat hubungannya dengan objek penelitian.
- b. Wawancara : dilakukan untuk mendapatkan data yang diperlukan

terhadap *staff*, pimpinan, dan karyawan yang berhubungan dengan obyek penelitian.

1.7.2 Studi Literatur atau Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis memperoleh dan mengumpulkan data dengan informasi berdasarkan penelaahan yang bersumber dari buku-buku teori yang berhubungan dengan promosi penjualan dan media promosi, media internet sebagai referensi penelitian guna memperoleh landasan dalam pengolahan data dan pembuatan kesimpulan.

1.7.3 Analisa Data

Metode analisa data yang akan digunakan oleh penulis adalah metode analisa SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threatment*). Penulis akan menilai dengan analisa dari segi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perusahaan yang diteliti. Melalui tabel matriks agar menghasilkan suatu hipotesa atau dugaan sementara untuk melanjutkan penelitian hingga kesimpulan suatu konsep perancangan.

1.8 Kerangka Perancangan

Permasalahan

Fenomena

Kurang dikenalnya Bebek Intan Sari Bandung oleh masyarakat umum, yang sebenarnya Bebek Intan Sari ini memiliki keunggulan dari produknya yaitu, dari cara pemilihan bebek, pengolahan, bumbu dan sambal. Sambal Jurig menjadi pendamping utama menu Bebek Intan Sari.



Indikasi

- Bebek Intan Sari belum memiliki media promosi yang efektif dan informatif
- Beberapa khalayak yang mengetahui keberadaan Restoran Bebek Intan Sari hanya secara lisan (*word of mouth*).
- Penjualan menurun, sehingga omsetpun menurun setiap bulannya, karena Restoran Bebek Intan Sari baru berjalan 2 (dua) tahun.
- Memiliki cabang lainnya di Jakarta dan Bekasi, akan tetapi dengan berbeda-beda nama yaitu Bebek Ki Jadul dan akan digabungkan menjadi 1 (satu) *Brand* yaitu Bebek Intan Sari.
- Pengunjung yang datang tidak ramai, karena ruang lingkup yang terbatas.



Fokus Masalah

Menemukan Solusi yang tepat untuk memperkenalkan keberadaan Restoran Bebek Intan Sari dan mempromosikan penjualan dengan media promosi yang efektif dan informatif sesuai dengan *target audience*.



Hipotesa

Mempromosikan produk melalui media promosi kepada konsumen untuk memberikan kupon, apabila membeli produk spesial bebek konsumen berhak menerima kupon yang nantinya akan ditukar dengan menu yang sama secara gratis

Perancangan

Pengumpulan Data

Metode kualitatif melalui pendekatan *narrative* atau *deskriptif* untuk mendapatkan sebuah data-data perusahaan, pemilik, karyawan, dan konsumen yang menghasilkan gambaran suatu perusahaan untuk melanjutkan proses konsep perancangan.



Fenomena



Pengumpulan
Data



Analisa Data



Ide Kreatif (Membuat promosi yang efektif dan informatif)



Perancangan Promosi Penjualan Promosi apabila membeli produk spesial bebek konsumen berhak menerima kupon yang nantinya akan ditukar dengan menu yang sama secara gratis



Untuk memperkenalkan Restoran Bebek Intan Sari dengan cara mempromosikan penjualan apabila membeli produk spesial bebek konsumen berhak menerima kupon yang nantinya akan ditukar dengan menu yang sama secara gratis

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang informasi umum yaitu Latar Belakang Penelitian, Ruang Lingkup, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, Kerangka Perancangan dan Sistematika Penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang diambil dari beberapa kutipan buku, yang berupa pengertian dan definisi. Menjelaskan dasar pemikiran untuk dari teori – teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang.

BAB III KONSEP PERANCANGAN DAN VISUALISASI KARYA

Bab ini berisikan proses perancangan yang dilakukan dengan konsep perancangan, konsep kreatif, dan konsep pesan yang akan disampaikan.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang akan disampaikan setelah melakukan proses perancangan.

LAMPIRAN