

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Selain dari kebutuhan primer dan sekunder yang pada awalnya wajib untuk dipenuhi oleh setiap manusia, saat ini mulai muncul lagi kebutuhan hidup lain yang harus dipenuhi juga yaitu kebutuhan tertier. Kebutuhan yang saat ini dianggap penting oleh gaya hidup manusia saat ini.

Seperti mencari tempat kumpul yang sedang tenar atau pun mencari kuliner apa yang sedang terkenal saat ini menjadi salah satu hal yang termasuk ke dalam kebutuhan tertier. Makanan yang dicari juga bukan hanya makanan yang biasa dihidangkan di rumah, tapi lebih kepada makanan Eropa atau Jepang yang saat ini sedang sangat digemari. Termasuk makanan Eropa ataupun Jepang yang sedang terkenal, menu *pastry* dan juga *cake*.

Pergeseran tingkat kebutuhan ini lebih banyak mempengaruhi kalangan anak muda. Keinginan untuk menjadi anak muda yang dianggap mengikuti zaman atau *trendy* menjadi salah satu faktor utama meningkatnya pemenuhan kebutuhan tertier. Pengaruh budaya dari luar juga menyebabkan anak muda zaman sekarang lebih mementingkan gaya hidup. Kemudian gaya hidup itu menjadi kebiasaan yang sangat melekat dalam diri anak – anak muda.

Memiliki wawasan tentang tempat kumpul yang sedang diminati ataupun tentang makanan yang sedang ramai diperbincangkan menjadi pengetahuan wajib yang harus dimiliki.

Makanan yang sedang diminati saat ini adalah makanan yang berasal dari Eropa entah itu menu utama atau hanya makanan ringan seperti *cake* yang saat ini mulai digemari anak-anak muda. Pada awalnya pengetahuan tentang tempat *cake* yang memiliki rasa yang enak hanya digunakan untuk memberikan kejutan untuk teman yang berulang tahun, tapi kemudian pengetahuan itu menjadi penting untuk menjadikan *cake* itu sesuatu yang bersifat sebuah kebutuhan untuk memenuhi gaya hidup.

Saat ini segala bidang usaha yang dijalankan tidak bisa dilepaskan dari promosi, entah itu usaha yang bergerak di bidang *fashion* seperti desainer, *distro* ataupun *boutique*. Termasuk bidang makanan. Entah itu produk yang dijual seperti kue ataupun tempat yang menjual produk makanan tersebut.

Promosi sangat berguna untuk meningkatkan penjualan dari produk yang ditawarkan. Tapi sayang terkadang orang lupa untuk melakukan promosi dan menganggap promosi hanya membuang uang saja. Padahal jika kita lihat usaha apapun saat ini sangat membutuhkan promosi. Selain digunakan untuk meningkatkan penjualan, promosi juga dapat meningkatkan citra dari perusahaan agar kemudian bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas. Setelah dikenal masyarakat luas, maka hal itu mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

Tiramisu and Coffee café atau yang biasa kita kenal dengan nama *TnC* merupakan salah satu *cake shop* dan *café* yang ada di kota Bandung. *Tiramisu and Coffee café* menyediakan menu-menu berupa *cake* seperti tiramisu, *strawberry chesse cake* dan juga *cake* yang lain.

Tiramisu and Coffee café menawarkan *cake* dengan rasa yang enak. Pada awalnya ketika *chef* Kamal baru membuka usahanya, *Tiramisu and Coffee café* ramai dikunjungi oleh masyarakat yang ingin memberikan hadiah atau untuk dimakan oleh

keluarga. Padahal jika kita lihat, *Tiramisu and Coffee café* juga menjual menu lain selain *cake* yang juga sedang digemari oleh anak muda seperti *pizza*, *soup*, dan juga *steak*.

Tapi seiring dengan adanya krisis global *Tiramisu and Coffee café* mengalami sedikit penurunan dari segi penjualan individual. Hal ini disebabkan karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh *Tiramisu and Coffee café*. seperti yang diakui oleh pemilik dari *Tiramisu and Coffee café* yaitu *chef* Kamal. Jarangnya *Tiramisu and Coffee* melakukan promosi menjadi salah satu penyebab turunnya angka penjualan. Faktor lainnya adalah masih sedikitnya kalangan yang mengetahui tentang *Tiramisu and Coffee café*. Biasanya hanya yang sudah menjadi pelanggan tetap yang datang ke *Tiramisu and Coffee café*.

Dengan dilakukannya promosi diharapkan akan terjadinya peningkatan penjualan di *Tiramisu and Coffee café*. Dan diharapkan juga dapat membantu konsumen baru yang belum mengetahui informasi tentang *Tiramisu and Coffee café*.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Promosi merupakan salah satu aktivitas penting yang dibutuhkan untuk meningkatkan penjualan produk yang coba ditawarkan ke pasaran. Dalam hal ini *Tiramisu and Coffee café* tidak banyak melakukan promosi dan hal itu berdampak pada penjualan produk dari *Tiramisu and Coffee café* yang mengalami penurunan. Promosi yang jarang dilakukan membuat *Tiramisu and Coffee café* kurang dikenal khususnya di kalangan anak muda.

Permasalahan yang dihadapi adalah :

- Bagaimana membuat media promosi yang sesuai dan juga efektif untuk meningkatkan penjualan produk dari *Tiramisu and Coffee café*?

- Mengetahui strategi kreatif yang tepat untuk diterapkan pada *Tiramisu and Coffee café* agar dapat menjangkau *target audience* yang dijadikan sasaran yaitu anak muda.

Ruang lingkup dari perancangan ini adalah :

- Membuat *re-positioning Tiramisu and Coffee café*
- Membuat promosi *Tiramisu and Coffee café*

1.3 Tujuan Perancangan

Maksud dan tujuan yang hendak dicapai dari permasalahan yang ada di atas adalah sebagai berikut:

- Mengetahui dan menentukan media promosi apa yang efektif dan sesuai untuk *Tiramisu and Coffee café* yang dapat digunakan agar penjualan produk dari *Tiramisu and Coffee café* dapat lebih meningkat .
- Mengetahui strategi kreatif yang tepat untuk diterapkan agar dapat mencapai *target audience* yang dituju.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, penulis menggunakan teknik wawancara narasumber, observasi, serta studi literatur.

- **Wawancara** : wawancara dilakukan pada narasumber yang berhubungan langsung dengan masalah yang dihadapi agar data yang diterima lebih akurat serta dapat menunjang karya yang akan dibuat.
- **Observasi** : observasi dilakukan langsung terhadap objek yang akan diteliti.
- **Literatur** : penelitian dilakukan dengan mempelajari teori-teori yang dapat mendukung karya yang bisa didapatkan melalui situs *web* serta buku-buku serta pustaka tertulis lainnya yang berhubungan dengan objek studi.

1.5 Skema Perancangan

