

BAB I.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan semakin majunya teknologi dan arus informasi yang semakin cepat menyebar, baik melalui media elektronik maupun media cetak, maka banyak mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan mengambil keputusan untuk membeli. Hal tersebut menimbulkan persaingan yang tajam antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya dalam memasarkan hasil produksinya.

Setiap perusahaan produk tentunya mengharapkan semua kegiatannya berjalan sesuai yang direncanakan termasuk tingkat penjualan yang tinggi. Untuk dapat mencapai tingkat penjualan yang tinggi, maka banyak faktor yang harus diperhatikan. Faktor-faktor tersebut adalah strategi produk, harga, saluran distribusi, dan promosi.

Demikian halnya dengan Onni La Fille, yang merupakan usaha keluarga turun temurun dan sudah berjalan selama kurang lebih 40 tahun. Perusahaan ini pertama kali dipegang oleh Ibu Aryanti, yang awalnya hanya menerima menjahit baju. Kemudian seiring berjalannya waktu, usaha ini diteruskan oleh anak dari Ibu Aryanti, yaitu Onni. Yang dari awalnya hanya menerima jahitan baju, oleh Onni diubah menjadi Onni La Fille, dimana usaha ini mendesain sendiri baju-baju tersebut sampai kepada pembuatan dan *finishing*-nya.

Onni La Fille sudah dikenal oleh masyarakat dengan gaun malamnya dengan target market wanita berumur 40 tahun ke atas. Tapi untuk gaun pengantin sendiri, Onni La Fille masih kalah bersaing. Untuk itu diperlukan promosi yang lebih mengarah pada gaun pengantin bagi Onni La Fille agar tidak hanya para ibunya saja yang membeli gaun di Onni La Fille, tapi juga anak-anak mereka. Karena itu, hal tersebut akan sangat menarik untuk diketengahkan dalam karya Tugas Akhir ini.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Batasan permasalahan yang akan dibahas adalah berupa pembuatan promosi bagi Onni La Fille, terutama tentang promosi gaun pengantin di kota Bandung dan sekitarnya.

Jika dirumuskan dalam poin-poin, maka permasalahan yang ada adalah

- Bagaimana membuat Onni La Fille dikenal dengan gaun pengantinnya bukan hanya dengan gaun pestanya saja?

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan adalah

- Membuat Onni La Fille dikenal dengan gaun pengantinnya bukan hanya dengan gaun pestanya saja.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam menyusun laporan ini, metoda perolehan dan pengolahan data yang digunakan adalah

1. Metoda empirik, yaitu melakukan pengamatan langsung pada Onni La Fille.
2. Wawancara, dengan cara bertanya dan mencatat mengenai informasi dan data dari perusahaan Onni La Fille dan juga informasi mengenai pesaing-pesaing dari Onni La Fille.
3. Studi Pustaka, yaitu menggunakan internet dan buku untuk lebih memperdalam wawasan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan produk perusahaan dan pembuatan laporan.
4. Kuesioner, yaitu mengumpulkan data untuk validitas pernyataan.
5. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan foto-foto dari Onni La Fille.

1.5 Skema Perancangan

