

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dari setiap kota mempunyai ciri khas dalam bentuk apa pun seperti misalnya bahasa, tarian, baju, gaya hidup, termasuk makanan. Dewasa ini, makanan merupakan sesuatu hal yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan kita sehari-hari. Setiap cita rasa membuat sebuah makanan dijadikan sebagai suatu ciri khas dari kota tersebut. Banyak orang dari dalam kota atau pun dari luar kota untuk mencari makanan yang enak. Rasa dari makanan tersebut membuat orang-orang berburu hanya untuk menikmati dimana setiap daerah memiliki jenis makanan yang berbeda dengan cita rasa berbeda pula.

Tidak jarang orang-orang mencicipi makanan dari mulai makanan pembuka, makanan utama, sampai makanan penutup / *dessert*. Orang-orang yang disuguhkan dengan makanan pembuka, makanan utama, dan makanan penutup / *dessert* pasti akan selalu mengingat apabila salah satu dari makanan-makanan tersebut memang terasa sangat enak. Setiap orang dapat mengingat lebih jelas dengan *dessert* karena dia adalah makanan penutup yang dinikmati paling akhir sehingga rasa dari makanan ini menjadi paling dominan di lidah.

Dahulu, *dessert* hanya tersedia pada sebuah *café* atau pun hotel. Tidak jarang orang datang berkunjung ke suatu *café* atau pun hotel hanya untuk mencicipi *dessert* tanpa membeli makanan pembuka dan makanan utama. Tidak sedikit pula *café* atau pun hotel yang menjual makanan-makanan yang disajikan sebagai *dessert*. Meski pun begitu, wilayah jangkauan akan terasa sempit karena sangatlah jarang untuk para remaja atau pun anak sekolah yang berkunjung ke sebuah hotel hanya untuk mencicipi sebuah *dessert* karena pada umumnya orang-orang dewasa yang berkunjung ke suatu hotel. Karena *dessert* hanya dijual di *café* dan hotel, perkembangan masyarakat dalam mencicipi *dessert* di Indonesia masih sangat kurang.

Seiring dengan perkembangan jaman, *dessert* sudah bisa dinikmati tanpa harus datang ke *café* atau pun hotel. Sudah banyak toko-toko kue yang menjual *dessert* yang tidak kalah enaknnya dengan yang dijual di *café* atau pun hotel. Toko-toko tersebut adalah The Harvest, Lily Patisserie, Cheesecake Factory, dan Cizz.

Pada Tugas Akhir ini, penulis ingin mengangkat topik toko kue yaitu Cizz yang bertempat di Jalan Laswi no. 1A. Cizz adalah salah satu dari toko kue di Bandung yang menjual *dessert* yang lebih dikhususkan menjual *cheesecake*. *Cheesecake* yang dijual antara lain *Strawberry Cheesecake*, *Black Forest Cheesecake*, *Blueberry Cheesecake*, dan *Chocolate Cheesecake*. Orang-orang yang sudah mencicipi *cheesecake* dari toko Cizz berkata bahwa makanan yang disajikan sebagai *dessert* ini merupakan makanan yang enak dan pas untuk dinikmati sambil bersantai.

Meskipun banyak orang yang sudah mencicipi *dessert* dari toko Cizz banyak juga orang yang tidak mengetahui tentang keberadaan toko Cizz ini. Berbagai alasan dikemukakan karena tempatnya yang kurang strategis atau pun karena kurangnya promosi. Maka karena itu, penulis ingin mengangkat bagian promosi tentang Cizz.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Permasalahan utama dalam toko Cizz adalah bagian promosi yang kurang sehingga banyak orang yang kurang mengenal toko ini. Dari hasil angket yang disebar, banyak orang mengetahui toko Cizz ini dari teman.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagaimana diuraikan pada pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana merancang system grafis untuk lebih mengenalkan toko Cizz?
- b. Bagaimana merancang strategi promosi yang kreatif agar toko Cizz sesuai dengan target pasar?

Pada Tugas Akhir ini penulis akan mempromosikan toko Cizz melalui media agar lebih dikenal orang. Promosi toko Cizz akan ditempatkan pada area Bandung. Waktu promosi toko Cizz ini adalah enam bulan.

1.3 Tujuan perancangan

Maksud dan tujuan yang hendak dicapai dari rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- a. Yang perlu dilakukan agar toko Cizz dikenal orang adalah mempromosikan toko tersebut berupa poster, *flyer*, *merchandise*, iklan koran, iklan majalah, buku menu, *coupon*, *packaging*, dan *booth*
- b. Meningkatkan keuntungan atau profit yang diharapkan dengan adanya promosi tersebut, Cizz dapat dikenal orang dan bertahan dalam menghadapi ketatnya persaingan kompetitor lainnya.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber dan teknik pengumpulan data dari toko Cizz adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah metode atau cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melihat secara langsung keadaan yang sebenarnya dari toko Cizz.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil menatap muka antara si penanya atau dengan responden.

Yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mewawancarai Bapak Putra selaku menejer dari toko Cizz.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah penelitian terhadap pustaka, jurnal, artikel, dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan objek penelitian.

Studi pustaka yang dipakai dalam penelitian ini diambil dari buku, majalah, dan internet.

4. Kwesioner

Kwesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.

Kwesioner yang dipakai pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan angket melalui internet www.freesurveyonline.com yang dijawab oleh 64 responden.

1.5 Skema Perancangan

