

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya, manusia tidak puas jika hanya salah satu jenjang kebutuhannya terpenuhi, tetapi ia akan selalu berusaha untuk memenuhi jenjang kebutuhan berikutnya. Setelah kebutuhan-kebutuhan dasar terpenuhi, yaitu kebutuhan sandang, pangan dan papan, maka manusia akan berusaha memenuhi kebutuhan bersifat fisik, salah satu diantaranya yaitu kebutuhan akan hiburan atau *entertainment*.

Dengan meningkatnya laju pertumbuhan ekonomi dewasa ini ditandai dengan meningkatnya taraf hidup masyarakat, khususnya di kota-kota besar, menyebabkan mereka mencari pemenuhan fisik, seperti kebutuhan akan hiburan di waktu-waktu luangnya. Selain itu, dengan perubahan gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat saat ini, menyebabkan berdirinya usaha-usaha yang beraneka ragam yang dirasa dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Dan usaha yang sedang meningkat prospeknya untuk saat ini, salah satunya yaitu bisnis *café*.

Dengan semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bisnis *café*, maka tingkat persaingan antar perusahaan sejenis akan semakin tinggi. Di tengah persaingan, perusahaan harus tetap menjaga kestabilan dan bahkan meningkatkan jumlah pengunjung serta volume penjualannya. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertahankan konsumen yang ada dan juga menarik calon konsumen yang

potensial. Untuk itu, perusahaan dituntut beroperasi lebih efektif lagi dan juga meningkatkan mutu dari produknya, agar dapat selalu memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Salah satu usaha yang dapat dijalankan untuk menghadapi persaingan dan untuk meningkatkan jumlah pengunjung adalah dengan cara melaksanakan promosi. Dimana kegiatan promosi ini terdiri dari *advertising*, *personal selling*, *publicity*, *sales promotion* dan *direct marketing*. Promosi ini memegang peranan penting, salah satunya adalah agar perusahaan dapat berkomunikasi dengan para konsumennya. Dari kelima kiat utama dalam bauran promosi ini yang digunakan oleh perusahaan dan dianggap menarik atau yang mempengaruhi pembelian adalah periklanan.

Rainbow Square merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bisnis *café*, dimana perusahaan inipun menggunakan periklanan untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Dalam lingkup bisnis *café* ini, Rainbow Square adalah salah satu diantara *café-café* yang menawarkan berbagai jenis produk makanan mulai dari *Indonesian Food* sampai *European Food*.

Iklan merupakan suatu alat informasi yang efektif untuk menimbulkan rasa ketertarikan bagi konsumen, sehingga konsumen terdorong untuk berkunjung. Dengan adanya iklan, konsumen dapat mengetahui tentang produk dan jasa yang ditawarkan sekaligus mengetahui kapan dan dimana mereka dapat memperolehnya. Iklan ini dapat menggunakan berbagai media seperti surat kabar, TV, radio, majalah, pos langsung, papan reklame, internet dan pemasangan iklan di bioskop.