

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat berpengaruh terhadap perekonomian di Jawa Barat dan meningkat setiap tahunnya. Salah satunya adalah produk roti, Tretan Bakery turut serta berpartisipasi dalam UMKM di Jawa Barat. Meskipun terlihat seperti olahan roti rumahan biasa pada umumnya di Kota Bandung, namun yang spesial dari Tretan Bakery ini adalah produk roti maryam cane yang berdiri dari 1995. Banyak peminat di berbagai daerah Jawa Barat seperti Bandung, Bogor dan Garut karena produknya sudah mulai diedarkan di berbagai tempat besar seperti supermarket pada tahun 2008. Sulitnya daya saing produk UMKM di Kota Bandung dalam situasi pasar sekarang, oleh karena itu roti olahan rumahan harus tetap berusaha mengembangkan strategi kreatif untuk membangun dan memperluas produk dipasar UMKM dengan baik.

Promosi merupakan cara berkomunikasi yang dilakukan oleh individu atau perusahaan kepada masyarakat luas, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperkenalkan sesuatu merek atau produk kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat untuk tertarik kemudian membeli produk tersebut. Dengan promosi, produsen atau distributor berharap dapat meningkatkan penjualannya. Promosi penjualan mencakup kegiatan seperti penentuan harga jual produk, perencanaan biaya distribusi dan biaya lainnya. Oleh sebab itu, dengan adanya promosi dapat menarik keputusan pembeli untuk membeli produk tersebut.

Dari perancangan ini, ingin digali dari segi promosi secara *online* dan *offline* salah satunya dengan media sosial karena dilihat dari adanya perkembangan zaman yang sangat pesat maka sebagian besar masyarakat sudah menggunakan media sosial untuk membutuhkan sesuatu yang akan digunakannya. Menurut Fatmala (2023) seiring dengan adanya perkembangan zaman, munculnya fenomena perilaku berbelanja atau memesan makanan secara *online*. Ketertarikan mereka terhadap memesan roti maryam cane secara *online* maupun secara *offline* didorong oleh ketertarikan dan keinginan mereka terhadap suatu makanan atau roti tersebut yang ditawarkan secara *online*.

Tidak banyak yang mengetahui asal muasal produk roti maryam cane yang menyebar diseluruh pasar Kota Bandung. Pabrik roti olahan rumah ini memiliki banyak pesaing di seluruh pasar Jawa Barat. Pada tahun 2023, Roti Maryam Cane memutuskan membuka store sendiri di Jalan Wonosobo Kota Bandung dengan berbagai macam olahan rasa seperti olahan coklat, keju, kari ayam dan lain-lain. Dengan adanya *store* tersebut, maka Roti Maryam Cane berharap dapat lebih meningkatkannya daya tarik khalayak dan menjangkau pasar yang luas dengan promosi secara *offline* maupun *online*.

Promosi media sosial instagram tidak hanya untuk informasi produk melalui promosi, tetapi juga bersifat membujuk konsumen. Konsumen akan merasa kecewa atas promosi jika tidak sesuai. Jika pemesanan konsumen tidak sesuai, misalnya konsumen membeli rasa coklat tapi coklatnya tersebut tidak sesuai rasanya dengan yang konsumen harapkan. Oleh sebab itu, peneliti dapat mengetahui lebih dalam ketertarikan konsumen untuk membeli produk Roti Maryam Cane dan juga dapat dikenal lebih luas ke berbagai daerah di Jawa Barat

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas, dapat disimpulkan beberapa identifikasi masalah dari perancangan ini sebagai berikut:

- Kurangnya media promosi untuk memperkenalkan produk Roti Maryam Cane untuk meningkatkan daya tarik khalayak sasaran.
- Banyaknya persaingan promosi pada era digitalisasi seperti media *offline* dan *online* yang meningkat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas, dapat dirumuskan beberapa masalah dari penelitian sebagai berikut:

- Bagaimana cara merancang promosi produk Roti Maryam Cane dengan mengembangkan elemen visual pada berbagai media *offline* maupun *online* sehingga dapat meningkatkan laba?

I.4 Batasan Masalah

Permasalahan dibatasi pada tiga hal tersebut diantaranya yaitu:

- Dalam penelitian ini dibatasi pada kreatifitas visual Roti Maryam Cane dan seberapa pentingnya peran promosi dan pengembangan visual pada berbagai media produk.
- Lokasi penelitian dibatasi di wilayah Kota Bandung Jawa Barat.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Adapun uraian masalah yang terdapat dilatar belakang diatas, antara lain adalah sebagai berikut:

I.5.1 Tujuan Perancangan

- Membuat desain diberbagai media *offline* maupun *online* dengan mengembangkan elemen visual pada media promosi Roti Maryam Cane.
- Menjangkau pasar yang luas pada produk Roti Maryam Cane.

I.5.2 Manfaat Perancangan

- Dapat menjangkau pasar yang luas melalui media promosi produk Roti Maryam Cane.
- Memberi referensi baru mengenai desain promosi pada Roti Maryam Cane.