

## I. PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

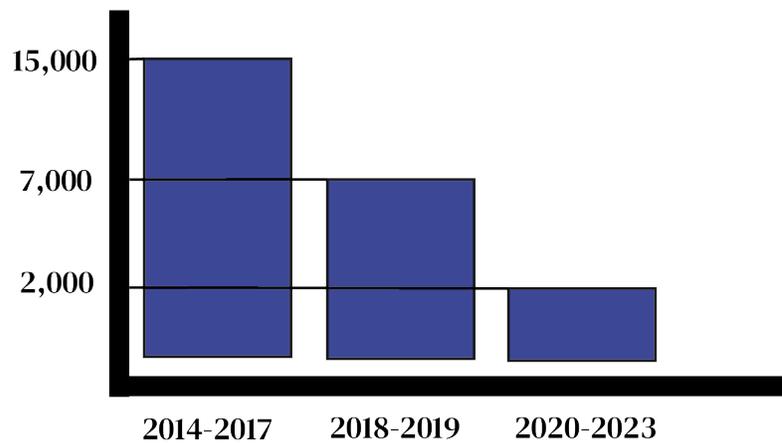
Di saat penampilan dan perawatan diri menjadi semakin penting dalam kehidupan sehari-hari, produk perawatan rambut, terutama minyak rambut, semakin mendapat perhatian. Berbagai manfaat minyak rambut dalam meningkatkan dan menjaga kondisi rambut, kulit kepala, dan penampilan secara umum telah terbukti dengan baik. Sky Pomade yang berdiri sejak tahun 2014 dan terletak di Jalan Raya Rancasalak, Desa Cilageni, Kecamatan Kadungora, Kabupaten Garut, Jawa Barat, merupakan salah satu produk minyak rambut yang ada di wilayah Garut. Banyak merek pesaing yang menawarkan variasi berbeda seiring dengan bermunculannya berbagai merek minyak rambut di Garut. Anri Nurariandi, pemilik perusahaan tersebut, mengakui bahwa rata-rata lebih sedikit orang yang membeli barangnya karena tidak mampu bersaing dengan merek lain. Penggunaan minyak rambut yang berkurang, dan masyarakat diwajibkan melakukan berbagai tugas di rumah akibat pandemi ini, yang mendorong semua orang untuk tinggal di rumah.

Salah satu contoh merek pesaing Sky Pomade adalah King Pomade yang memiliki jenis varian dan aromanya yaitu *oil based hold* dengan aroma bubblegum anggur, *super hold bubblegum* sirsak, *medium hold bubblegum* jeruk dan *super shine bubble gum* melon. Untuk ukuran kecil yaitu 70 gram dengan harga Rp. 25.000,- dan untuk ukuran 120 gram dengan harga Rp. 35.000,- sementara untuk produk Sky Pomade mempunyai beberapa jenis dan aromanya seperti *oil based* ada 4 varian dan 8 aroma ukuran 100 gram untuk nama variannya yaitu *shine*, *medium*, *hold* dan *heavy hold* untuk aroma *shine* ada sirsak dan luna, untuk *medium* ada *grape* dan *angel*, untuk *hold* ada *paradise* dan melon dan untuk *heavy hold* ada *fantasy* dan *apple*. Untuk itu maka semuanya ada 8 aroma, untuk ukuran 100 gram dengan harga Rp. 65.000,- Untuk varian dari *Water Based* ada 2 aroma yaitu *candy fox* dan *ocean blue* dengan satu ukuran saja yaitu 120 gram dengan harga Rp. 160.000,-.



Gambar I.1 Sky Pomade  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Menurut *owner* dari merek Sky Pomade Anri Nurariandi pada tahun 2014 Sky Pomade dalam setahun bisa memproduksi 15 ribu pomade yang terjual lalu Pada tahun 2018 sampai 2019 perusahaan hanya memproduksi 7 ribu pomade yang terjual. Dalam hal ini perusahaan mengalami penurunan penjualan ditambah pada tahun 2020 adanya pandemi dan sampai pertengahan tahun 2023 perusahaan hanya memproduksi 2000 pomade yang terjual.



Gambar I.2 Grafis Produksi Penjualan  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Setelah melakukan observasi dan wawancara pada tahun 2023 dengan pemilik perusahaan Sky Pomade bernama Anri Nurariandi, perancang mendapatkan informasi pernyataan pemilik perusahaan mengalami penurunan penjualan, hal ini disebabkan karena pandemi dan kalahnya saing dengan *brand* minyak rambut lain.

## **I.2. Identifikasi Masalah**

Permasalahan yang ditemukan berdasarkan latar belakang masalah dari Sky Pomade adalah sebagai berikut.

- Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik merek Sky Pomade itu sendiri perusahaan mengalami penurunan penjualan dari tahun ke tahun.
- Saat ini banyak muncul merek minyak rambut dengan penawaran yang serupa dengan produk minyak rambut dari Sky Pomade.

## **I.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan masalah yang dibahas dalam perancangan ini adalah bagaimana cara menaikkan minat dan niat pembelian dari masyarakat pada perusahaan Sky Pomade melalui media yang menarik dan efektif?

## **I.4. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam perancangan ini yaitu mempromosikan mengenai produk *bundle* kemasan dari Sky Pomade kepada masyarakat. Batasan waktu perancangan dari bulan Mei sampai dengan Agustus 2023 dan tempat toko Sky Pomade Kampung Cilageni, Kecamatan Kadungora, Kabupaten Garut.

## **I.5. Tujuan & Manfaat Perancangan**

### **I.5.1 Tujuan Perancangan**

Tujuan dan manfaat yang akan dituju pada perancangan ini ialah :

Perancangan ini bertujuan untuk membuat masyarakat tertarik dan mempunyai minat pembelian terhadap produk dari Sky Pomade dengan menggunakan media promosi dari perusahaan Sky Pomade yang menggunakan strategi promosi *bundle* kemasan.

### **I.5.2 Manfaat Perancangan**

Adapun manfaat dalam perancangan ini ialah meningkatkan minat dan niat pembelian suatu produk dari Sky Pomade dan mengatasi sepi penjualan pada saat-saat di mana penjualan cenderung menurun.