

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Komersial bertujuan untuk membuat UMKM bisa mendapatkan keuntungan dari usaha yang dilakukan. Sedangkan UMKM didefinisikan sebagai suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri, baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2015) bahwa UMKM juga dipercayai memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga dapat menjadi penopang bagi stabilitas sistem keuangan dan perekonomian di suatu negara. Yagami Ramen House berdiri dari tahun 2012 bertempat di Jl. Ir.H. Juanda No.185, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat. Yagami Ramen House merupakan salah satu UMKM yang menjual makanan khas Jepang yaitu ramen. Unsur yang menonjol dari Yagami Ramen House adalah penyajian dan varian ramennya. Salah satu menu andalannya berupa *tomyum ramen* dan *curry ramen*. Selain ramen, restoran ini menjual varian makanan lain berupa *sukiyaki* dan *yakiniku* yang biasa digemari bagi pecinta kuliner makanan Jepang.



Gambar I. 1. Yakiniku dan Sukiyaki
Sumber : <https://scontent-cgk1-1.xx.fbcdn.net/>
(Diakses 3 September 2024)

Tempat Yagami Ramen House yang tidak strategis dalam penempatan sehingga kurang dikenal oleh masyarakat. Hanya sebagian yang mengetahui restoran tersebut, yaitu para pelanggan tetap. Pada saat ini penjualan Yagami Ramen House sedikit menurun. Hal ini dikarenakan banyaknya kompetitor yang menjual produk yang sama.

Diantara sekian banyak pesaing usaha yang sama, terdapat pesaing yang merupakan pesaing utama, yakni Ichiyo Ramen. Ichiyo Ramen merupakan salah satu restoran ramen yang populer juga sehingga menimbulkan dampak padapandangan orang terhadap Yagami Ramen House. Yagami Ramen House tidak cukup populer dikalangan remaja karena cenderung lebih menyukai suasana, varian, dan tampilan makanan yang menarik. Sebagian besar responden berpendapat jika makan di Restoran Ichiyo seperti merasakan berada di Jepang, banyak *customer* lebih memilih Restoran Ichiyo karena dari sajiannya yang lebih menarik. Oleh karenanya dibutuhkan upaya untuk mengatasi persaingan yang terjadi, sehingga keberlangsungan usaha Yagami Ramen House dapat ditingkatkan. Maka dari itu diperlukan perancangan komersial untuk mengembangkan sisi pemasaran dengan dibuat lebih menarik agar dapat menarik pelanggan untuk datang membeli atau makan di Yagami Ramen House.

Usaha Yagami Ramen House merupakan usaha yang sangat penting karena jika tidak bisa menjaga eksistensinya bisa dikhawatirkan bangkrut. Bagaimanapun juga Yagami Ramen House merupakan salah satu bidang usaha yang memperkuat ekonomi daerah. Dengan eksistensinya yang terjaga maka YagamiRamen House akan berkontribusi untuk mengembangkan industri kuliner di Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Mengacu terhadap paparan di atas, maka dapat disampaikan identifikasi masalah UMKM Yagami Ramen House sebagai berikut :

- Penjualan Yagami Ramen House mengalami penurunan.
- Yagami Ramen House memiliki kompetitor yang banyak dengan menu ramen

yang lebih menarik.

- Tempat maupun promosi Yagami Ramen House dirasa kurang menarik oleh kalangan remaja.

1.3 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan identifikasi permasalahan dapat dirumuskan permasalahannya yakni bagaimana cara menaikkan penjualan dan memajukan restoran Yagami Ramen House agar tetap terjaga eksistensinya.

1.4 Batasan Masalah

- Batasan objek : UMKM Yagami Ramen House
- Batasan subjek : pengunjung Yagami Ramen House, kalangan remaja maupun dari kalangan dewasa menengah
- Batasan tempat/waktu : Yagami Ramen House berlokasi di kota Bandung, maka perancangan ini dibatasi hanya di kota Bandung dan sekitarnya saja.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.5.1 Tujuan Perancangan

Membantu Yagami Ramen House agar tetap menjaga eksistensinya sebagai restoran ramen, sekaligus terus berkembang dalam menghadapi pesaingnya.

1.5.2 Manfaat Perancangan

Berikut beberapa manfaat yang didapatkan salah satunya sebagai berikut :

- Dapat membantu memberikan keuntungan dan eksistensi bagi restoran Yagami Ramen House dengan melakukan komersialisasi sehingga Yagami Ramen House tetap berproduksi dan meningkat dalam penjualannya.
- Memberikan informasi dan pemahaman dalam perancangan strategi pemasaran

melalui visual yang meminimalisir penggunaan teks yang banyak

- Membantu pelaku usaha yang membutuhkan strategi pemasaran dengan keilmuan yang telah dipelajari.