BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di masa sekarang ini, promosi merupakan salah satu cara yang dibutuhkan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, kegiatan promosi ini harus dapat dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran serta diarahkan dan dikendalikan dengan baik sehingga promosi tersebut benar–benar dapat memberikan kontribusi tertinggi dalam meningkatkan volume penjualan.

Setelah diteliti karena banyak munculnya distro – distro yang berkembang saat ini, ternyata para distributor atau pembeli baik di kalangan pelajar ataupun mahasiswa sekarang sudah mulai jenuh dengan distro yang memiliki desain – desain yang ada, ternyata sekarang kembali lagi ke plesetan gambar dan kata – kata seperti DAGADU JOGJA yang sekarang di ikuti oleh (BHO) Bogor Hujan Oblong yang letaknya di kota Bogor tepatnya di daerah Tajur, dengan konsep yang sama tetapi desain yang berbeda. (BHO) Bogor Hujan Oblong berdiri karena didukung oleh kota Bogor yang sedang berkembang pesat di sektor pariwisata, hal ini terlihat dari banyaknya investor yang berinvestasi membangun area bisnis disektor wisata di kota Bogor, didukung juga dengan program pemerintah yang sedang mengarahkan kota ini menjadi program Visit Bogor 2010.

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk lebih mengunakan produk BHO dan menjadikannya sebagai *merchandise* kotanya sendiri agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dengan hal ini maka akan naik dalam volume penjualannya.

Dari uraian tersebut maka terlihat bahwa BHO (Bogor Hujan Oblong) ini dapat diidentifikasikan masalahnya diantaranya adalah :

- Kurangnya media promosi yang dilakukan selama 2 tahun ini
- Promosi penjualannya selama ini hanya menggunakan media layanan *Facebook,* stiker, dan pin
- Tidak ada promosi yang lebih kreatif dan *efisiens* untuk menjangkau sasaran luas.

1.3. Fokus Masalah

Fokus masalah yang terlihat adalah kurangnya media promosi selama 2 tahun ini terhadap kalangan pelajar dan mahasiswa, dan bagaimana carannya membuat suatu perancangan strategi yang kreatif, tepat, efektif, dan efisien. Yang hal ini guna untuk meningkatkan volume penjualan produk BHO (Bogor Hujan Oblong).

1.4. Tujuan Perancangan

- Tujuan promosi ini adalah meningkatkan volume penjualan produk BHO (Bogor Hujan Oblong).
- Menambah media promosi dan memperluas pasar sasaran
- Memberikan kesan mental terhadap para konsumen agar lebih memilih oblong BHO (Bogor Hujan Oblong) ini sebagai oblong *merchandise* kota Bogor.