BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang kaya akan ragam budaya. Kekayaan ini menjadi potensi yang besar serta menjadi kebanggaan bagi bangsa Indonesia. Dapat dilihat dari beragamnya hasil-hasil kebudayaan. Namun, ada satu yang hampir terlupakan yaitu mengenai minuman khas daerah. Minuman khas daerah di setiap wilayah Indonesia memiliki ciri khasnya masing-masing.

Cirebon merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki potensi dalam hal minuman yang tidak kalah jika dibandingkan dengan kota-kota lain di Indonesia. Menurut Setiawan Sutawikarta selaku pemilik yang sekarang, Siroop Tjap Buah Tjampolay merupakan salah satu produk minuman sirup yang menjadi ciri khas Kota Cirebon karena keunggulan dalam hal rasanya yang telah dipertahankan sejak tahun 1936.

Siroop Tjap Buah Tjampolay mengalami peningkatan penjualan pada saat hari-hari besar keagamaan. Pada hari besar keagamaan produksinya bisa mencapai sekitar 1200 botol perhari. Keberhasilan Siroop Tjap Buah Tjampolay untuk tetap berdiri hingga sekarang, memang menunjukan bahwa Perusahaan Siroop Tjap Buah Tjampolay memiliki kemampuan dalam mempertahankan produknya. Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan memberikan

prestasi kepada sirup ini memperoleh peringkat pertama dari sekitar 1523 industri kecil yang tersebar di Cirebon. Tidak hanya itu, sirup ini juga berhasil mengungguli 14 perusahaan se-Jawa Barat yang diukur berdasarkan kualitas produk, proses produksi dan racikan.

Statusnya sebagai pelopor di industri minuman sirup Setiawan Sutawikarta merasa yakin telah memiliki konsumen yang loyal. Hal tersebut yang mendasari Siroop Tjap Buah Tjampolay tidak perlu melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan produknya.

Adanya pertumbuhan dan perkembangan di era perdagangan global menyebabkan persaingan antar perusahaan terus terjadi. Diakui atau tidak, kini banyak pesaing yang bermunculan dan lebih kompetitif. Fenomena ini menjadi ancaman bagi kelangsungan penjualan produk Siroop Tjap Buah Tjampolay. Akibatnya, perhatian konsumen terhadap keberadaan Siroop Tjap Buah Tjampolay menurut Setiawan Sutawikarta semakin lama semakin menurun dan penjualannya juga mengalami penurunan.

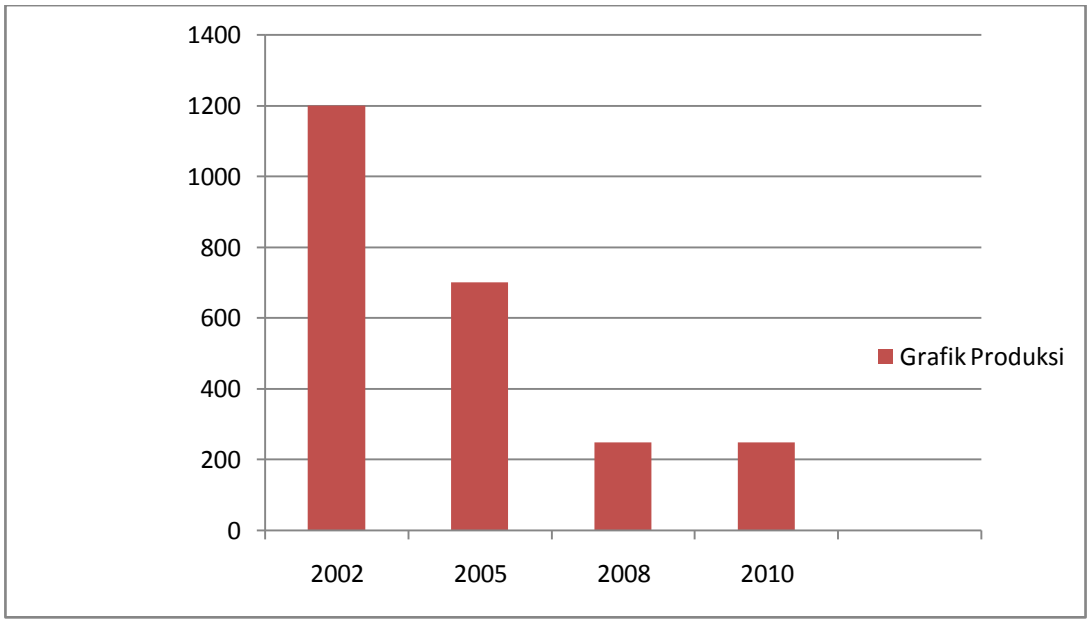
Sebagai sebuah perusahaan baik industri besar maupun industri kecil tentunya memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan yang besar. Walaupun telah berusia cukup lama, Perusahaan Siroop Tjap Buah Tjampolay tidak dapat hanya bergantung pada kepercayaan konsumen loyal saja. Mengingat kondisi pasar, selera konsumen dan persaingan terus mengalami perubahan dari tahun ke tahun.

Agar dapat tetap bertahan menghadapi persaingan yang terus berkembang dan memperluas jangkauan konsumennya. Diperlukan suatu perancangan komunikasi visual yang meliputi konsep kreatif hingga perancangan media yang tepat sasaran untuk mendukung pencapaian target sesuai dengan yang diharapkan.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari uraian yang telah dikemukakan di atas dapat diidentifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

- Penjualan mengalami penurunan karena Siroop Tjap Buah Tjampolay belum melakukan promosi.



Tahun 2002 = ± 1200 botol/hari

Tahun 2005 = ± 700 botol/hari

Tahun 2008 = ± 250 botol/hari

Tahun 2010 = ± 250 botol/hari

Gambar 1.1 Grafik Produksi

Sumber: Perusahaan Siroop Tjap Buah Tjampolay

- Siroop Tjap Buah Tjampolay memiliki keinginan untuk dapat memperluas jangkauan konsumennya. Tetapi, belum bisa dicapai jika tidak melakukan promosi.
- Siroop Tjap Buah Tjampolay tidak melakukan promosi karena pemiliknya menganggap produk ini telah memiliki konsumen yang setia. Sementara persaingan semakin ketat dalam mengikuti perkembangan jaman.
- Warisan cita rasa sejak tahun 1936 tidak dijadikan keunggulan sekaligus faktor pembeda Siroop Tjap Buah Tjampolay dari pesaing dan belum disampaikan pada khalayak.

1.3. Fokus Masalah

Perusahaan belum menerapkan keunggulan yang dimiliki produknya sebagai strategi melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan penjualan, karena masalah utama yang dihadapi adalah mengenai penurunan penjualan.

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan dari penulisan dan perancangan promosi Siroop Tjap Buah Tjampolay ini adalah:

- Menciptakan komunikasi yang memiliki daya tarik dengan maksud agar konsumen dapat memusatkan perhatiannya pada Siroop Tjap Buah Tjampolay dan tidak memilih produk lain.

- Memberikan informasi kepada calon-calon konsumen dengan jangkauan yang lebih luas akan keberadaan Siroop Tjap Buah Tjampolay. Agar sirup ini memiliki jangkauan penjualan yang semakin luas.
- Menjadi media bagi Perusahaan Siroop Tjap Buah Tjampolay untuk meningkatkan penjualan dan mengikuti persaingan agar tetap bertahan dan dapat mengikuti perkembangan jaman.