BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bandung merupakan kota busana yang terus berkembang secara dinamis dan selaras dalam mengikuti perubahan zaman. Dengan berkembangnya industri *fashion* yang semakin maju dan bersaing. Pusat perbelanjaan di Bandung sendiri telah banyak mengeluarkan produk *fashion* salah satunya adalah jeans yang berada di Cihampelas. Cihampelas adalah sebuah ruas jalan panjang yang terkenal sebagai sentral pembuatan dan penjualan jeans yang merupakan salah satu daerah *fashion* yang menjadi barometer tempat perbelanjaan bagi masyarakat Bandung maupun luar kota.

Seiring perkembangan zaman dalam dunia *fashion* sekarang ini, Battersea Jeans merupakan produk baru di industri *fashion* jeans di kota Bandung, yang di produksi oleh sekelompok anak-anak muda kreatif dan inovatif yang mampu memberikan suatu perubahan baru dalam dunia *fashion*. Battersea jeans ini dirintis sejak tanggal 20 November 2009 dan bertempat di jl. Siliwangi no.31/155b Bandung. Battersea Jeans ini di bentuk oleh tiga orang mahasiswa asal Bandung.

Battersea Jeans merupakan salah satu produk lokal yang bergerak dalam industri *fashion* jeans yang berkonsepkan sebagai produk asli Bandung dengan kualitas produk yang baik dan selalu dijaga. Produk jeans yang di produksi oleh Battersea di pasarkan melalui jejaring sosial yang banyak di kunjungi oleh anak-anak muda di Indonesia seperti Facebook dan Twitter serta situsnya yaitu batterseadream.com.

Data penjualan Battersea Jeans pada edisi pertama di tahun 2010 mencapai 80% dikarenakan harga lebih terjangkau dari produk – produk pesaing yang lebih awal berkarir di kota Bandung. Pada tahun 2010, di Bandung industri *fashion* jeans masih sedikit peminatnya disebabkan masih kurangnya pengetahuan tentang *fashion* jeans dan keuntungan berbisnis produk celana jeans, pada edisi kedua panjualan naik mencapai 90% dikarenakan sudah adanya kepercayaan pada konsumen terhadap kualitas produk Battersea Jeans dan harga

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

yang masih terjangkau, sedangkan pada edisi ke tiga di pertengahan tahun 2011 terjadi penurunan yang cukup signifikan sebesar 50% dikarenakan kesalahan pada sistem penjualan yang diterapkan yaitu dengan membiyarkan kebebasan kepada konsumen untuk membeli produk secara kredit tetapi kebanyakan dari mereka yang tidak membayar dengan harga yang sudah ditentukan, dan di edisi ke empat yang sekarang ini di tahun 2012 penjualan kembali meningkat menjadi 80% karena ditingkatkannya promosi melalui jejaring sosial dan mengikuti event – event musik di Bandung yang dilakukan oleh Battersea Jeans.

Idealnya Battersea Jeans sebagai produk baru yang ingin produknya dikenal masyarakat khusunya anak-anak muda, oleh karena itu Battersea melakukan promosi yang terus menerus melalui jejaring sosial, selain itu Battersea harus lebih banyak menjadi media *partner* di event – event musik dan mensponsori band – band lokal yang sedang naik daun agar nama Battersea Jeans lebih dikenal dan terkenal.

Kondisi saat ini, Battersea Jeans jarang membuat media-media untuk promosi sehingga masyarakat tidak semua mengenal produk ini di karenakan faktor ekonomi yang terbatas untuk melakukan promosi dan mengakibatkan kurang gesitnya daya kerja mempromosikan. Battersea jeans saat ini mulai banyak mensponsori *event-event* musik, perlombaan BMX, Skateboard dan juga melakukan *support* terhadap band-band lokal di Bandung, ini merupakan salah satu strategi promosi yang dilakukan oleh Battersea Jeans agar sedikit demi sedikit bisa dikenal masyarakat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan gambaran latar belakang di atas maka dapat di identifikasi masalah sebagai berikut :

- Minimnya biaya yang dikeluarkan untuk pelaksanaan strategi promosi.
- Terjadinya data penurunan penjualan pada edisi ke tiga di pertengahan tahun 2011.
- Masih kurangnya penyampaian informasi kepada konsumen lewat media – media yang lebih variatif.
- Event *sponsorship* yang belum diterapkan dengan baik.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

- Penyampaian informasi hanya fokus pada media jejaring sosial seperti Facebook, Twitter.

1.3 Fokus Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah diatas, fokus masalah ini dapat dirumuskan sebagai berikut ; "Bagaimana membuat media promosi bagi Battersea jeans kepada masyarakat di Bandung untuk meningkatkan penjualan"

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun maksud dari tujuan perancangan adalah membuat media promosi untuk Battersea, ini bertujuan untuk memperkenalkan produk Battesea jeans dengan cara membuat promosi agar produk tersebut dikenal masyarakat. Selain itu mendukung dan meningkatkan penjualan produk Battersea jeans terhadap para konsumen. Dengan masuknya produk Battersea Jeans ke dalam industri *fashion*, diharapkan dapat memberikan suatu sentuhan baru yang dapat diterima oleh anak-anak muda untuk lebih mencintai produk dalam negeri.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional