

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan aktifitas yang terpenting yang dilakukan oleh manusia dalam menyampaikan ide-ide atau gagasan yang ada dalam bernalnya kepada orang lain. Tanpa adanya komunikasi manusia tidak mampu berinteraksi kepada satu sama lain. Seperti yang diungkapkan oleh Rogers dan Kincaid menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua porang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam. (Wiryanto,2004:6)

Strategi komunikasi pemasaran merupakan salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan mendapatkan keuntungan yang banyak dari usaha yang dijalankan. Secara umum, bauran komunikasi pemasaran meliputi iklan, promosi penjualan, acara khusus dan pengalaman, hubungan masyarakat dan pemberitaan, pemasaran langsung dan penjualan pribadi. Setiap strategi komunikasi pemasaran memiliki kelebihan dan kelemahan masingmasing. Hanya saja apakah semua harus diterapkan atau tidak karena perlu dikaji mana strategi yang paling efektif dan menyesuaikan ketersediaan anggaran.

Seperti yang terlihat, internet merupakan strategi pemasaran yang tepat untuk dekat dengan khalayak. Banyak sekali penawaran penjualan produk melalui internet, baik lokal maupun internasional, harga mahal hingga harga yang murah. Persaingan bisnis yang ketat di era modern ini tidak hanya menuntut para pebisnis dan pengusaha untuk menciptakan

produk unggulan yang berkualitas baik dan murah, namun mereka harus mampu memasarkan produk mereka terhadap konsumen.

Kedai Crofflelicious merupakan salah satu tempat usaha yang bergerak dibidang pastry,yakni makanan ringan seperti croffle. Kedai Crofflelicious ini berada di jalan panglima sudirman nomor 17 kota Madiun,dimana banyak pesaing yang sama sehingga persaingan semakin ketat. Oleh karena itu, dalam menghadaoi persaingan tersebut harus dibutuhkan strategi di dalam proses pemasaran yang efektif agar tetap bias bersaing.

Berdasarkan latar belakang diatas,penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang Strategi Komunikasi Pemasaran yang diterapkan di Kedai Crofflelicious.

#### 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi produk yang dilakukan Kedai Crofflelicious untuk menarik minat pembeli?
2. Bagaimana strategi harga yang dilakukan Kedai Crofflelicious untuk menarik minat beli konsumennya?
3. Bagaimana strategi pendistribusian/distribusi yang dilakukan oleh Kedai Crofflelicious agar mampu menjangkau target pasar sasarannya?
4. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan Kedai Crofflelicious agar produknya diminati oleh konsumennya lewat sosial media?

#### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan strategi produk yang dilakukan Kedai Crofflelicious untuk menarik minat pembeli.

2. Mendeskripsikan strategi harga yang dilakukan oleh Kedai Crofflelicious untuk menarik minat beli konsumennya.
3. Mendeskripsikan strategi pendistribusian/distribusi yang dilakukan oleh Kedai Crofflelicious agar mampu menjangkau target pasar sasarannya.
4. Mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan Kedai Crofflelicious agar produknya diminati oleh konsumennya lewat sosial media.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk sumbangan pemikiran serta menambah khasanah bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran dan *public relations* serta aplikasinya dilapangan yang dapat memanfaatkan oleh pihak-pihak yang memiliki permasalahan yang sama.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberi sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan dan dapat memberikan sumbangan bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama. Disamping itu penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan dalam menghadapi pasar sasaran bagi Kedai Crofflelicious.