

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini cukup banyak yang membuka usaha kuliner yaitu dessert box, Dessert box sendiri ialah makanan penutup (dessert) yang ada di dalam kotak makanan. Berbeda dengan dessert biasa yang disajikan di piring, dessert box bisa langsung dimakan dari tempatnya Walaupun sudah cukup banyak yang membuka usaha kuliner dessert box. Ada salah satu Dessert box yang terkenal di Indonesia yaitu Dessert Box Bittersweet by Najla. Pendiri dari Bittersweet By Najla sendiri bernama Najla Bisyr seorang ibu rumah tangga biasa yang menyukai kegiatan baking di rumah untuk anak-anaknya. Pada tahun 2018 awal terutama, Beliau membuat suatu inovasi yaitu dessert box. Dessert box Bittersweet by Najla ini sukses mencuri perhatian penikmat makanan manis. Hingga pada tahun 2018, pendiri Bittersweet By Najla yaitu Najla Bisyr memberanikan diri untuk membuka toko kecil di jalan Kalibata Timur yang dikhususkan untuk pemesanan online saja.

Beberapa *offline store* Bittersweet by Najla yang terletak di beberapa kota memiliki tantangan tersendiri karena letaknya yang kurang strategis sehingga Nampak seperti sepi pengunjung .Dengan demikian, karena penjualan di offline store kurang efektif akhirnya Bittersweet By Najla berinisiasi untuk melakukan penjualan via online untuk menarik pelanggan dengan menawarkan produk-produk berkualitas dan keunikan yang dimilikinya. Meskipun harus bersaing

dengan Produk – produk serupa yang lebih ternama dan dikenal banyak orang, produk dari Bittersweet by Najla tetap menjadi destinasi favorit bagi mereka yang mengenal dan mencari cita rasa istimewa dari Bittersweet by Najla.

Bittersweet By Najla sudah cukup populer di Indonesia bahkan bittersweet by Najla sendiri salah satu dessert box yang banyak digemari dari semua kalangan akan tetapi sangat disayangkan Bittersweet By Najla memiliki harga yang kurang terjangkau maka dari itu masyarakat menengah kebawah kurang dapat bisa menikmati lezatan dessert box Bittersweet By Najla.

Tanpa adanya pemasaran maka usaha atau bisnis yang dijalankan tidak akan berkembang dengan baik. Pemasaran setiap perusahaan pasti memiliki cara yang berbeda. Ada yang memakai sistem tradisional dengan cara melakukan promosi dari mulut ke mulut. Dengan melihat perkembangan teknologi yang semakin canggih, tampaknya memberikan cara tersendiri bagi pelaku bisnis, berhasil tidaknya dalam pencapaian bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan dan bidang lainnya.

Kemajuan teknologi dalam dunia bisnis mendukung proses bisnis yang terjadi pada jaman sekarang. Kemajuan teknologi telah menjadi bagian yang sangat penting dalam setiap rencana bisnis. Hampir dari seluruh perusahaan baik skala besar maupun kecil menggunakan teknologi, sebagai salah satu aktifitas yang sangat dibutuhkan untuk memberikan peningkatan terhadap layanan bisnis yang mereka kelola. Seperti halnya pada bisnis dessert box yang sedang digencar para pembisnis baru dikarenakan pada saat ini para konsumen sangat menyukai dessert box.

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan teknologi internet melalui media sosial sebagai sarana mempromosikan produknya adalah Bittersweet by Najla. Bittersweet by Najla sendiri adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner yang memiliki menu utama yaitu dessert box hingga mendapat julukan pelopor dessert box nomor 1 di Indonesia. Tak hanya menawarkan dessert box, Bittersweet by Najla juga menawarkan produk kue, minuman hingga makanan berat seperti pasta dan yang lainnya. Terhitung hingga oktober 2020 Bittersweet by Najla sudah memiliki 6 outlet yang tersebar di Jabodetabek dan 40 reseller di berbagai kota di Indonesia. Dengan mengedepankan kualitas premium dari aspek rasa, kualitas ketahanan produk dan packaging yang menarik. Bittersweet by Najla dapat menembus pasar dagang melalui media online.

Bittersweet by Najla dinilai sangat baik dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat yang efektif untuk menarik minat beli pelanggan. Dengan konten yang menggugah selera dan kreatif, mereka secara rutin membagikan konten-konten mereka yang berupa foto dan video untuk menarik minat beli dari produk-produk unggulan mereka lewat media sosial mereka yakni TikTok dan Instagram. Hal ini tidak hanya memperlihatkan kelezatan hidangan mereka, tetapi juga membangun komunitas yang semakin besar dan setia di dunia maya. Dengan berinteraksi aktif dan responsif di media sosial, Bittersweet by Najla terus meraih dukungan dan minat pelanggan baru serta mempertahankan loyalitas pelanggan lama. Bittersweet by Najla telah memanfaatkan media sosial, seperti Instagram dan TikTok, untuk membangun minat beli kepada pelanggan potensial.

Alasan pertama bittersweet by najla mulai populer dimasyarakat karena sang founder rajin dalam melakukan endorsement ke selebgram dan influencer yang meningkat awareness dan mendapatkan respon pasar yang positif. Lalu, Alasan yang kedua adalah tampilannya yang unik dan cantik. Pengemasannya sangat cantik. Namun outlet atau toko Bittersweet By Najla yang berada di kalibata kurang memiliki lokasi yang strategis karena berada di jalan yang cukup sempit dan hamper ketutupan dengan toko-toko usaha yang lainnya. Berdasarkan masalah tersebut Maka dari itu peneliti ingin mengetahui lebih mendalam Digital marketing apa yang dilakukan oleh Bittersweet By Najla untuk membangun minat Beli pelanggan. Diharapkan dengan itu peneliti mengetahui bagaimana menjadi public relations yang baik dalam melakukan strategi komunikasi melalui Digital marketing.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis di atas maka Rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

“ Bagaimana Analisis Digital marketing dessert box “ bittersweet by Najla“ dalam membangun minat pelanggan melalui Media Sosial ? “

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini dilakukan adalah Untuk mengetahui *Digital Marketing* yang dilakukan oleh Bittersweet By Najla dalam membangun minat beli pelanggan melalui akun media sosial Bittersweet By Najla.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian saya ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya dan Khususnya ilmu *Public Relations* pengembangan ilmu komunikasi pemasaran, komunikasi bisnis dan diharapkan memperjelas bagi penelitian yang sejenis.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian Saya Diharapkan Dapat Berguna :

- Para pelaku usaha untuk mempertimbangkan *Digital Marketing* sebagai salah satu pendukung keberhasilan sebuah bisnis serta bertahan dalam persaingan bisnis.
- Bagi masyarakat untuk terbiasa melakukan pembelian melalui teknologi *Digital* sehingga memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian produk.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memudahkan penjabaran dan pengertian terhadap penelitian. Dalam laporan penelitian, sistematika penulisan terdiri dari 3 bab, Masing-masing dijabarkan secara garis besar sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini merupakan pendahuluan yang materinya Sebagian besar menyempurnakan usulan penelitian yang berisikan tentang

latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang menjabarkan teori – teori yang digunakan dalam penelitian ini yang tersusun dari penelitian terdahulu, teori yang di gunakan yaitu teori *digital marketing* lalu di bantu dengan teori *Brand Awareness*, kerangka pemikiran dan model kerangka pemikiran penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini membahas metode yang akan digunakan untuk melakukan penelitaian, pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif maka di bab ini terdiri dari paradigma penelitian, metode penelitian, pendekatan penelitian, Teknik pengumpulan data, informan penelitian, Teknik pemeriksaan keabsahaan data dan Teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dipaparkan serta meninjau analisis mengenai Digital Marketing Bittersweet By Najla untuk meningkatkan minat beli pelanggan melalui platfrom TikTok dimana akan menyajikan pembahasan wilayah penelitian, profil informan dan analisis dari data yang diperoleh yang mendukung keberlaksanaan Digital Marketing di Bittersweet By Najla

BAB V KESIMPULAN

Dalam bab ini menjabarkan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian ini dan untuk menjawab pertanyaan dari focus pokok permasalahan yang di titnjau dalam penelitian

