

Analisis Konten Media Promosi Brosur Pada Rumah Makan Nasi Goreng Rempah Begal

Dede Yudi Setiana

Program Studi Manajemen STIE STEMBI, gibranyudi0@gmail.com

Abstrak

Tujuan_ (1) Untuk mengetahui segmentasi pasar sasaran (2) Keunggulan produk (3) Apa sajah informasi yang terdapat dalam brosur rumah makan nasi goreng rempah begal (4) Bagaimana desain brosur yang telah di buat oleh rumah makan nasi goreng rempah begal.

Desain/Metode_ Jenis penelitian yang digunakan kualitatif dengan metode analisis yang digunakan analisis Deskriptif.

Temuan_ Jarang sekali didalam brosur makanan diikutsertakan deskripsi penjelasan tentang menu yang ditawarkan

Implikasi_ Analisis ini diharapkan mampu memberikan implikasi praktis pada perusahaan tersebut untuk memperbaiki brosur dalam segi gambar yang disajikan mampu sebagai acuan kepada perusahaan sejenis.

Originalitas_ Meneliti isi konten brosur makanan nasi goreng pada perusahaan mikro yang sedang berkembang

Tipe Penelitian_ Studi Empiris

Kata Kunci : Brosur, Rumah makan, Nasi goreng, Makanan

I. Pendahuluan

Saat ini, kegiatan dalam bidang pemasaran memiliki peranan yang penting dalam dunia bisnis, hal ini disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dimana perusahaan berhubungan langsung dengan konsumen. Kegiatan pemasaran ini harus memberikan kesan yang baik di mata konsumen, dimana perusahaan harus memberikan layanan serta hasil produk berupa barang dan jasa yang terbaik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada para konsumen, karena kepuasan konsumen menjadi tolak ukur serta keberhasilan perusahaan dalam mengasikkan produk yang berkualitas dan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ketangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai kepada pelanggan, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif dan efisien serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan (Apriliani, 2015).

Rumah Makan Nasi Goreng Rempah Begal telah berdiri sejak 23 Okt 2015 bergerak di bidang produksi Makanan, Berlokasi di jl.aha Nasution no 159 cibiru bandung.

Nasi goreng rempah begal memiliki konsep berbeda dari nasi goreng yang di jual menggunakan gerobak. Nasi goreng rempah begal di jual di tempat atau ruko membuat konsumen lebih nyaman untuk menikmati hidangannya, nasi goreng rempah begal juga memiliki background yang sangat menarik dimana terdapat photo-photo konsumen di pajang di dinding membuat konsumen merasa di ikut sertakan jadi ada dorongan Psikologis untuk datang kembali, selain photo-photo konsumen yang di pajang di dinding terdapat photo menu andalan yang menjadi rekomendasi konsumen. Inilah yang menjadi salah satu Konsep Rumah Makan Nasi Goreng Rmpah Begal.

Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukannya media periklanan yang baik dalam pemasaran pada suatu perusahaan, salah satunya yaitu brosur. Oleh karena itu, penulis memilih menganalisis Konten Media Promosi Brosur Pada Rumah Makan Nasi Goreng Rempah Begal bertujuan untuk mendapatkan : (1) Segmen pasar sasaran yang dibidik perusahaan; (2) Keunggulan yang ditawarkan perusahaan; (3) Apa sajah informasi yang terdapat dalam brosur rumah makan nasi goreng rempah begal(4) Bagaimana desain brosur yang telah di buat oleh rumah makan nasi goreng rempah begal.

II. Kajian Teori

Brosur adalah media promosi iklan yang ditujukan kepada konsumen agar mengetahui kelebihan produk, atau knowledge yang di tawarkan dalam bentuk selebaran dan terbit hanya sekali. Dengan adanya brosur akan memudahkan perusahaan untuk menawarkan produk terhadap konsumen. Penggunaan brosur sangat mempengaruhi tingginya ketertarikan konsumen terhadap produk yang di tawarkan, bentuk dan tata letak brosur tergantung dengan produk yang di tawarkan dan merupakan satu kesatuan dari strategi pemasaran.oleh sebab itu perusahaan berlomba-lomba merancang brosur yang interaktif dan menarik.

Brosur juga merupakan faktor yang penting di suatu Perusahaan, karena lebih cepat untuk mengenalkan atau memasarkan suatu produk, Brosur merupakan alat pemasaran yang sangat efektif. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya memberikan kemudahan-kemudahan informasi terhadap calon konsumen misalnya, mudah mencari tau produk apa yang di kenalkan atau di tawarkan, dan mudah mencari tau Tempat atau Lokasi suatu Perusahaan. Adapun strategi pemasaran melalui media lain, brosur tidak dapat di lepaskan dari satu kesatuan strategi pemasaran dikarenakan adanya keterbatasan media lain untuk menyampaikan dan waktu yang begitu singkat sehingga belum tentu dapat dimengerti konsumen. Perkembangan teknologi informasi berkembang seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju dan semakin kompleks.Begitu juga dengan desain brosur yang baik,bagus,dan menarik tentu akan mempengaruhi sikap konsumen.

Menurut situs ensiklopedia tujuan brosur adalah media publikasi yang di terbitkan secara tidak berkala (tidak reguler) yang terdiri dari beberapa halaman (umumnya sedikit) yang memuat informasi atau penjelasan tentang suatu produk ,layanan, fasilitas umum,profil perusahaan,profil instansi,profil sekolah,atau yang lainnya sebagai sarana untuk beriklan atau berpromosi. informasi pada konsumen tentang produk itu sendiri dalam pelabelan.

Fungsi dari brosur adalah memberikan penjelasan dan pemahaman tentang suatu produk,layanan, program yang di tawarkan oleh perusahaan kepada konsumen.brosur di gunakan sebagai alat pelengkap promosi karena media media lain memiliki keterbatasan dalam hal menyampaikan atau waktu yang begitu singkat sehingga belum tentu konsumen memahami apa yang di jelaskan dalam media itu.

Berdasarkan sifat bahan brosur :Kertas HVS. Selain berwarna putih ,jenis kertas ini juga ada yang berwarna warni dengan berat berpariasai ada yang 58 gr (60gr) namun jika di toko kertas, jenis kertas ini biasa di jual dengan ukuran lebar panjang untuk di potong sesuai keperluan ,atauseusuai bidang cetak yang kita inginkan, contoh : Art/matt paper.(biasanya,toko kertas menyebutnya dengan kertas AP), jenis kertas ini berbeda dengan HVS. Jenis ini memiliki permukaan kertas licin pada kedua sisinya dan berwarna putih bersih.Art Karton.Bahan sama seperti art paper,Cuma gramisnya lebih tebal. Banyak di gunakan untuk catatan seperti kartu nama,katalog,co profile,brosur,dan cetakan lainnya yang membutuhkan kertas agak tebal. Duplex (coated). Bahan duplex ini gampang di bedakan dengan bahan lainnya. Sisi depan putih ,sisi belakangnya abu abu.Ivory. Bahan ivory ini hampir sama seperti art karton. 2 sisinya putih, Cuma ngak seputih art karton.

Brosur Harus memenuhi sebagai berikut : (1) Elemen dasar dari sebuah desain brosur yang baik adalah prioritas memutuskan hal terpenting apa yang akan di masukan dalam brosur.

(2) Pilih warna dan foto yang tepat untuk brosur. Efisien dan ekonomis. (3) Harus pastikan bahwa materi di brosur adalah mudah di baca, karena jika tidak, tujuan seluruh brosur hilang. (4) Gunakan judul sederhana, namun mencolok. (5) Tinggalkan informasi kontak dalam brosur

Variabel Desain Brosur terdiri dari 2 dimensi, yaitu: desain grafis, struktur desain. Desain Grafis adalah dekorasi visual pada permukaan dan terdiri dari tiga sub dimensi, yaitu : warna, topografi, dan gambar. Warna Literatur pemasaran mengungkapkan bahwa warna Brosur memiliki kemampuan untuk membangkitkan perasaan, perilaku emosi pada konsumen yang berbeda (Mustikiwa dan Marumbwa, 2014). Warna memiliki potensi untuk menciptakan kesan yang mendalam. Dalam desain Brosur, pemasaran menggunakan warna dalam menarik perhatian konsumen yang dapat menciptakan perasaan positif atau negatif tentang produk yang di iklankan. Asadhollahi dan Givee (2007) dalam Mustikiwa dan Marubwa, (2013) berpendapat bahwa warna Brosur mengkomunikasikan, menggambarkan, dan menampilkan fitur-fitur yang menyolok mata serta atribut *intangibel* dari sebuah Brosur. Hal ini dengan demikian berarti bahwa warna membawa pesan khusus yang pada akhirnya menciptakan proposisi periklanan yang menarik. Tipografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan informasi membaca semaksimal mungkin. Tipografi dapat juga dikatakan "*visual language*". Gambar (*Image*) menurut Klimchuck dan Krasovec (2007) dalam Cahyorini dan Rusfian, (2013) termasuk foto, ilustrasi, simbol/*icon*, dan karakter. Secara khusus gambar berfungsi pula untuk menarik perhatian, memperjelas sajian ide, mengilustrasikan dan menghiasi. Struktur Desain berkaitan dengan fitur-fitur fisik Brosur, meliputi. Material Penggunaan bahan brosur. Bahan kertas HVS, Art/matt paper, dll. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dikatakan bahwa brosur memiliki peranan cukup penting bagi suatu perusahaan, Berfungsi untuk mengiklankan suatu produk atau jasa.

III. Metode Penelitian

Jenis penelitian kualitatif. Pendekatan yang di gunakan deduktif. Unit analisis objek yang di teliti. Tidak menggunakan teknik sampling. Sumber data nya sumber datanya dokumen. Teknik Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan Observasi langsung. Jenis datannya Sekunder. Metode analisis yang digunakan deskriptif.

IV. Hasil Dan Pembahasan

Pada bagian ini penulis akan membahas sesuai dengan rumusan masalah yang telah di cantumkan di pendahuluan (1) Untuk mengetahui segmentasi pasar sasaran (2) Keunggulan produk (3) Apa sajah informasi yang terdapat dalam brosur rumah makan nasi goreng rempah begal (4) Bagaimana desain brosur yang telah di buat oleh rumah makan nasi goreng rempah begal.

Segmen pasar sasaran yang dibidik perusahaan yaitu kalangan mahasiswa. Di lihat dari kalangan mahasiswa yang sering membeli nasi goreng terdapat mahasiswa yang pulang pergi, ngekos jarak jauh dari kampus atau pun yang tinggal di asrama kampus. Untuk mahasiswa yang pulang pergi memiliki kebiasaan membeli di bawa pulang, penulis memosisikan sebagai konsumen melihat karna ke efisienan waktu dan kenyamanan makan di rumah. mahasiswa yang tinggalnya kos biasanya lebih memilih menu nasi goreng yang murah, karna biasanya anak kos mendapatkan jatah uang bulanan dan harus mampu mengatur keuangan bulanan sehemat mungkin, inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa anak kos lebih memilih menu nasi goreng di nasi goreng rempah begal selain yang harga nya terjangkau dan porsi nya cukup banyak. Sedangkan mahasiswa yang tinggal di asrama memilih order lewat delivery, karena tempat tinggal asrama mahasiswa UIN lumayan aga jauh dari outlet nasi goreng rempah begal dan selain aga jauh dari outlet nasi goreng rempah begal pun mahasiswa yang tinggal di asrama kampus terbatas akan kendaraan untuk menunjang mereka pergi membeli ke outlet nasi goreng rempah begal. Pilihan

menggunakan layanan delivery di sini penulis melihat bahwa Mahasiswa yang tinggal di asrama lebih loyal.

Dari kalangan mahasiswa yang melakukan pembelian berulang yaitu dari mahasiswa yang tinggal di asrama dan kos karena harga nasi goreng rempah begal di nilai jika dari sudut pandang konsumen tergolong menengah dan terjangkau untuk mahasiswa yang tinggal di asrama dan kos. Kalangan mahasiswa ini dinilai tepat menjadi target market perusahaan, karena di lihat dari segi tempat sudah sesuai dengan kalangan mahasiswa. Lokasinya pun di sekitar publik area dan mudah di akses. Dengan lokasi dan tempat rumah makan nasi goreng rempah begal di nilai strategis maka kemungkinan besar memiliki peluang mendapatkan calon konsumen tidak hanya dari kalangan mahasiswa di sekitar lokasi rumah makan saja. Nasi goreng termasuk makanan yang tidak mengenal kelas dan golongan. Oleh karna itu calon konsumennya pun bisa dari berbagai kalangan tidak hanya mahasiswa.

Keunggulan produk yang di tawarkan perusahaan yaitu:(1) terdapat menu andalan yang di rekomendasikan kepada calon konsumen. Menu andalan tersebut yaitu Begal Pensiun, menu nasi goreng ini menjadi andalan karena menggunakan 20 bumbu rempah khas nusantara selain menggunakan 20 bumbu rempah khas nusantara begal pensiun ini di sertakan toping sepotong ayam dan oreg telur. Terdapat pula menu yang di rekomendasikan yaitu Begal jambret. Begal jambret menjadi menu yang di rekomendasikan karena menggunakan bumbu yang sangat pedas dengan campuran ayam cingang yang di mana sebagian besar calon konsumen dari golongan mahasiswa menyukai makanan pedas, namun harganya pun cukup terjangkau selain itu menu Begal Jambret ini pun menggunakan nama yang lagi populer atau hits. Menu nasi goreng yang menggunakan nama yang populer di nilai membuat daya tarik tersendiri bagi calon konsumen. Mengapa ada menu yang di rekomendasikan ?, menu yang di rekomendasikan ini bisa menjadi daya tarik bagi calon konsumen. (2) Dari segi pelayanan nasi goreng rempah begal memiliki ciri khas sajian kepada konsumen sajian tersebut yaitu "BOS" dan selain sajian nasi goreng rempah begal juga menyediakan jasa delivery order. Jasa delivery order ini berbeda dari rumah makan lain nya karena dalam jasa delivery order yang di sediakan rumah makan nasi goreng rempah begal menerapkan free ongkir dengan batas jarak area kurang dari 5km. Namun jasa delivery order di atas 5km di kenakan biaya ongkir sekelasnya tanpa di patok, Ada pula fasilitas tambahan yang di berikan dari segi pembelian yaitu jika membeli 5 porsi atau lebih maka mendapatkan 1 porsi tambahan atau free, selain dari memberikan 1 porsi gratis bagi calon konsumen yang sedang melakukan puasa senin kamis ini juga mendapatkan buka puasa gratis.(3) Lokasi parkir di rumah makan nasi goreng rempah begal memiliki sarana parkir yang luas dengan perkiraan roda dua sepeda motor mampu menampung sebanyak 50 motor, sedangkan mobil mampu menampung sekitar 4 mobi. (4) Kekhasan produk nasi goreng rempah begal menawarkan next level, pembuatan nasi goreng rempah begal yang unik bisa mengeluarkan semburan api yang sangat besar dari wajan dan menggunakan rempah rempah khas nusantara.

Apa sajah informasi yang terdapat dalam brosur ? terdapat logo brand perusahaan,daftar menu,kontak person,alamat,symbol next level,extra toping,deskripsi singkat menu,dan gambar menu nasi goreng. Dari sudut pandang penulis yang menjadi kekurangan di dalam brosur nasi goreng rempah begal kurang di tonjolkan menu apa yang menjadi rekomendasi dan andalan perusahaan nasi goreng rempah begal, hanya terdapat daftar menu saja. Di dalam brosur tercantum delivery,catring dan patnersip padahal di dalam keunggulan layanan jasa delivery memberikan jasa antar gratis dari jarak tempuh kurang dari 5km. Jika tulisan free delivery di cantumkan dalam brosur penulis dari sudut pandang konsumen akan merasa lebih tertarik menggunakan jasa layanan ini. Hal ini menyebabkan kurangnya informasi keunggulan yang di tawarkan oleh perusahaan nasi goreng rempah begal.

Bagaimana desain brosur yang telah di buat oleh nasi goreng rempah begal ? Ukuran brosur yang dipilih oleh Perusahaan yaitu berukuran 40cm X 20cm. Pengusaha memilih ukuran ini karena dinilai sesuai, Dengan segmen yang di bidik perusahaan dari kalangan mahasiswa. Dengan ukuran 40cm X20cm maka bentuk brosur sudah pasti persegi panjang, itu adalah ukuran dan bentuk brosur yang sesuai dengan pandangan mata jika dilihat dari sisi calon konsumen. ditambah dengan ukuran font yang tidak terlalu kecil, Font tulisan yang digunakan untuk judul menu Arial 14, dan untuk deskripsi menu menggunakan font Arial 10. Bentuk tulisan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Variabel Desain Brosur Nasi Goreng Rempah Begal memiliki Desain Grafis berbackground warna merah menyala, Pengamatan yang di lakukan dalam melihat desain grafis dari brosur nasi goreng rempah begal penulis memposisikan diri atau melihat dari sudut pandang konsumen warna merah yang di gunakan pada brosur, penulis merasa komposisi warnanya sudah sesuai dengan produk yang di tawarkan the next level. Warna tulisan pada brosur tersebut menggunakan warna kuning dan hitam. Terdapat gambar menu nasi goreng. Secara khusus berfungsi pula untuk menarik perhatian, memperjelas sajian ide, mengilustrasikan sajian menu yang akan disajikan.



Dari hasil pengamatan Konten iklan media brosur penulis merasa sudah memiliki kesesuaian antara segment pasar yang dipilih oleh perusahaan dengan keunggulan yang ditawarkan oleh perusahaan dan terlihat dari pemilihan isi konten pada brosur tersebut.

V. Penutup

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terlihat bahwa brosur yang ditawarkan sudah sesuai dengan target pasar, oleh karena itu brosur memiliki peranan cukup penting bagi suatu perusahaan, karena berfungsi untuk mengiklankan suatu produk dan harus di buat semenarik

mungkin karena semakin menarik brosur tersebut semakin menarikpula perhatian para konsumen. Ada pun saran yang dapat penulis berikan yaitu untuk memperbaiki dari segi gambar yang di tampilkan pada brosur dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis makanan.

Daftar Pustaka

- Apriliani, Gresensia Riska. Makalah Manajemen Pemasaran 2015 melalui gresensiariskaapriliani.wordpress.com
- Cahyorini & Rusfian. (2011). The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying. *Journal of Administrative Science & organization*.
- Klimchuk, M. S. & Krasovec, S. A. (2007). *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan* (Bob Sabran, Penerjemah). Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. "*Dasar-dasar Pemasaran Edisi ke-sembilan Jilid Dua*". 2004. Jakarta :PT. INDEKS
- Mustikiwa, M., & Marumbwa, J. (2013). The impact of Aesthetic Package Design Element on Consumer Purchase Intention: A Case Of Locally Produced Dairy Products in Southern Zimbabwe. *IOSR Journal of Business and Management*, 8 (5), 64-71.
- Silayoi, Pinya, and Speece, Mark (2005), The Importance of Packaging Attributes: A Conjoint Analysis Approach. *European Journal of Marketing*, 41, 1495-1517.
- Titik, Wijayanti. *Management Marketing Plan*. 2012. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.