

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Ma'as, 2021), makanan *waffle* sudah banyak yang mengenali sejak zaman Yunani Kuno, catatan sejarah menyatakan bahwa kue ini disebut juga dengan nama *obleios*. Banyak orang pada zaman Yunani Kuno membuat *obleios* dengan menuang adonan bahan ke antara dua piringan logam yang dipanaskan di atas bara api. Kue *obleios* mempunyai cita rasa yang gurih dengan ciri khas bentuk yang datar, biasanya dihidangkan bersama dengan keju dan rempah-rempah.

Kata *waffle* berawal pada 1725 di Inggris, diambil dari bahasa Belanda yaitu '*wafele*' yang sudah banyak diketahui sejak sekitar abad-13. Kata '*wafele*' sendiri terinspirasi dari kata bahasa Perancis yaitu '*walfre*' yang banyak diketahui pada tahun 1185 yang memiliki arti sarang lebah. *Waffle* disebut merupakan bentuk lain dari wafer yang terkenal dan disukai di Eropa kisaran abad-13. Orang-orang Inggris saat itu menjuluki dengan '*waferers*', orang Perancis menjuluki makanan ini dengan *gaufriers*, sedangkan orang Belanda menjuluki dengan *waffles* (Ma'as, 2021).

Pada 1735, *wafle* diberi imbuhan huruf 'f' menjadi '*waffle*' yang dikenal dan terkenal hingga saat ini. Bentuk *waffle* yang tidak biasa dan khas awal mulanya dibuat oleh seorang perajin di tahun 1200-an, dan hingga saat ini masih terkenal dan sangat

disukai dengan beraneka ragam topping dan kreasinya. Pada saat itu, seluruh masyarakat bisa menikmati *waffle*, namun tetap ada perbedaan mendasar antara golongan kelas atas dan kelas bawah dalam pembuatannya. Orang kelas bawah membuat adonan *waffle* menggunakan banyak tepung dan air agar kue yang dihasilkan jadi lebih menyerupai biskuit yang tebal. Sedangkan, orang-orang kelas atas menikmati *waffle* dengan cita rasa yang lebih lezat karena adonan terbuat dari bahan-bahan seperti telur, madu, dan susu. Sampai masuk di abad-18, didapati sebuah cetakan *waffle* yang terbuat dari besi karya Thomas Jefferson pada 1789. Dari situ, *waffle* yang mulanya terkenal di Eropa Barat dapat memasuki sampai ke benua Amerika. Para wisatawan dari Eropa pada mulanya mencicipi *waffle* di Belanda saat berada di perjalanan menuju Massachusetts. Thomas Jefferson disebut membawa pulang *waffle iron* dari Perancis dan mendorong munculnya tren pesta-pesta *waffle* di Amerika. Pada 1930-an, di California ditemukan kreatifitas produk tepung *waffle* siap pakai dan pemakaian cetakan *waffle* listrik yang semakin mempermudah orang untuk dapat membuat *waffle* sendiri di rumah (Islami, 2019).

Di Indonesia, *waffle* hadir sebagai menu sarapan bangsa Inggris dan Belanda yang kemudian disukai oleh masyarakat Indonesia. Menurut (Khoirunnisa, 2022) di Indonesia terdapat beraneka ragam budaya, kuliner adalah salah satu produk budaya yang mempunyai posisi yang unik bagi setiap daerah di Indonesia. Suatu produk karya dari suatu bangsa, kuliner adalah kebutuhan primer bagi manusia yang menjadikannya sebagai produk atas sebuah budaya di setiap daerah. Didasari oleh adanya beberapa

faktor yang menjadi latar belakang baik secara geografis maupun historis, setiap daerah akan menciptakan suatu kuliner tertentu yang memiliki ciri khas tersendiri.

Indonesia mempunyai beraneka ragam kue tradisional yang tersedia sejak zaman dahulu dan menjadi sebuah warisan kuliner di setiap daerah. Kue bapel atau yang dikenal kue *waffle* ala Indonesia secara historis sesungguhnya bukan merupakan kuliner asli Indonesia, namun hasil akulturasi kuliner dari bangsa Eropa. Meskipun bukan berasal dari Indonesia, akan tetapi kue ini termasuk kue yang sangat familiar di kalangan masyarakat dan sangat disukai oleh berbagai lapisan kalangan masyarakat di Indonesia dan terutama di Kota Yogyakarta (Khoirunnisa, 2022).

Menurut (Syava,2022) di Kota Yogyakarta sendiri pada awalnya penjualan *waffle* tidak terlalu banyak. Rata-rata penjualan *waffle* berada di dalam mall sedangkan usaha South Sweet sendiri memilih berjualan *waffle* di kawasan *street food*. South Sweet merupakan usaha di bidang kuliner yang menjual *waffle bubble ice cream*. Usaha ini sudah berdiri sejak November 2021. South Sweet merupakan pelopor pertama *waffle bubble ice cream* di Kota Yogyakarta yang membuka usahanya di kawasan *street food*. Setelah South Sweet sukses mengembangkan bisnisnya, banyak usaha *waffle* baru yang bermunculan.



Gambar 2. 1 Logo South Sweet Yogyakarta
Sumber: Diolah peneliti, 2022

Tabel 1. 1 Daftar Resto *Waffle* di Yogyakarta

Nama Restoran	Bulan, Tahun	Tempat
South Sweet	November, 2021	Alun-alun Kidul Yogyakarta Jl. Langastran Kidul
Mong Cuisine	Desember, 2021	Taman Rekreasi, Kaliurang, Yogyakarta
Kezine Waffle	Januari, 2022	Jl. Tohpati no 33, Nyutran, Yogyakarta
Waffle Yok	Februari, 2022	Alun-alun Kidul Yogyakarta Jl. Langastran Kidul
Pink Me Ice Cream Waffle	Maret, 2022	Alun-alun Kidul Yogyakarta Jl. Langastran Kidul
De Gift Jajan Croffle	Juli, 2022	Jl. Benge gg Bratawali no 296, Nologaten, Caturtunggal, Depok, Sleman

Sumber: Instagram

Dalam menjalankan usahanya, South Sweet sudah melakukan berbagai macam kegiatan *integrated marketing communication* untuk memasarkan produk yang mereka jual. Contohnya pada dimensi *advertising*, South Sweet melakukan *endorsement* dengan *influencer* seperti *masclink_kulineran*. Selain itu pada dimensi *direct marketing* South Sweet memberikan *membership* berupa *loyalty card* dengan ketentuan beli 10x gratis *topping*.

Tabel 1. 2 Kegiatan IMC South Sweet

IMC	Kegiatan
<i>Advertising</i>	Melakukan <i>endorsement</i> dengan <i>influencer</i> seperti <i>maslink_kulineran</i> .
<i>Sales Promotion</i>	Memberikan diskon sebesar 10% di tanggal-tanggal tertentu. Memberikan diskon sebesar 10% metode pembayaran tertentu.
<i>Direct Marketing</i>	Memberikan <i>membership</i> dengan ketentuan beli 10x gratis <i>topping</i> .
<i>Publicity and public relation</i>	Menggunakan <i>platform</i> Instagram sebagai media pemasaran.

Sumber: Diolah peneliti, 2022

Namun seiring berjalannya waktu, banyak kompetitor yang bermunculan membuat omset yang didapat mengalami penurunan yang cukup signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat preferensi *integrated marketing communication* dari konsumen. Penelitian ini bertujuan sebagai masukkan kegiatan IMC mana yang tepat untuk dijalankan dan juga untuk memberikan evaluasi terhadap kegiatan IMC yang sudah dijalankan dan dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitor lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana preferensi *integrated marketing communication* di *South Sweet* Yogyakarta?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap kegiatan *integrated marketing communication* di South Sweet Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dan juga menambah pengetahuan serta wawasan dalam mengembangkan suatu usaha, melalui penelitian ini diharapkan para pemilik usaha mendapatkan informasi seputar promosi melalui media sosial terhadap minat beli konsumen.
2. Manfaat Praktis: Penelitian ini diharapkan dapat menambah masukan kepada South Sweet Yogyakarta seputar promosi yang bisa dilakukan agar dapat menarik lebih banyak lagi minat konsumen.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi di bulan November 2021 hingga November 2022 dikarenakan pada bulan tersebut merupakan penggunaan IMC di South Sweet Yogyakarta. Penelitiannya juga dibatasi hanya di South Sweet yang ada di Yogyakarta tepatnya di alun-alun kidul Yogyakarta JL. Langastran Kidul. Periode pengumpulan data dilakukan pada bulan November 2022 hingga Januari 2023.