

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sejak awal tahun 2017 banyak sekali artis ibu kota yang berbondong-bondong menjual cake (kue) dengan beragam jenis bentuk maupun rasa. Beberapa diantaranya sangat dicintai oleh para penikmat kue di tanah air di beberapa kota besar di Indonesia, menjamurnya usaha kue artis membuat masyarakat memiliki rasa ingin tahu yang sangat besar terhadap kue yang telah di pasarkan oleh masing-masing artis, seperti di kota Surabaya terkenal dengan kue dari artis Zaskia Sungkar yaitu Surabaya Snowcake yang telah menjadi sorotan dan dibanggakan oleh masyarakat Surabaya, tidak hanya itu ada 6 kue artis lain yang saat ini bermunculan. Karena kepopuleran artis tersebut di ranah industri hiburan menjadikan usaha kue artis ini menjadi icon atau oleh-oleh khas kota Surabaya yang kekinian dan digemari hingga sekarang. Karena boomingnya kue tersebut di tanah air, masyarakat di luar kota Surabayapun hingga rela memesan kue tersebut hanya untuk memuaskan rasa penasaran dari cita rasa kue artis itu sendiri.

Surabaya Snowcake yang merupakan pelopor kue kekinian artis yang hadir di kota Surabaya telah memiliki banyak pelanggan, hingga saat ini Surabaya Snowcake banjir pesanan online, hal ini terlihat dari banyaknya akun media sosial jasa titip beli kue artis dari berbagai daerah di luar provinsi Jawa Timur, tidak hanya itu penjualan kue tersebut juga deras pembeli di outlet maupun di store-store yang tersebar di beberapa daerah kota Surabaya, hal ini sangat menakjubkan mengingat awal berdirinya bisnis tersebut terbilang masih baru, namun telah mengalahkan pesaing yang jelas-jelas sudah lebih lama terjun dalam bisnis serupa.

Kota Surabaya terkenal dengan salah satu makanan yang manis dan legit yaitu Kue Lapis yang telah lama di gemari oleh para penikmat kue di Surabaya, banyaknya peminat kue tersebut sebagai makanan penutup maupun sebagai buah tangan dari Kota Surabaya ini menjadikan inspirasi dari seorang Zaskia Sungkar untuk membuka usaha kue lapis dengan varian yang tidak

biasa, karena kue lapis tersebut diapit oleh pastry yang renyah yang merupakan salah satu oleh-oleh khas Surabaya yang unik dan kekinian pada saat ini, yang berdiri sejak 16 desember 2016 yang terletak di Jl. Flores No.15 Surabaya, tidak hanya itu Surabaya Snowcake juga memiliki store di Jalan Raya Jemur Sari No. 91 hingga saat ini Surabaya Snowcake juga memiliki Pop Up Store di Royal Plaza Mall Surabaya dan di Stasiun Gubeng Surabaya tidak hanya itu Surabaya Snowcake kini memiliki Pop Up Store di Sidoarjo tepatnya di Suncity Mall Sidoarjo dan di Bandara Juanda Terminal 1.

Surabaya Snowcake ini tersusun dari 3 lapisan kue yang terdiri dari lapisan pastry pada lapis atas dan lapis paling bawah. Lalu pada lapisan tengah atau kedua terbuat dari lapisan roti yang empuk. Surabaya Snowcake ini di taburi gula halus pada lapisan teratasnya, hal inilah yang menjadi ciri khas dari Surabaya Snowcake yaitu taburan salju atau gula putih halus. Adapun harga Surabaya Snowcake berkisar Rp.65.000 hingga Rp.75.000 perkotaknya. Dari harga tersebut memperlihatkan bahwa produk Surabaya Snowcake termasuk dalam produk kelas menengah. Banyaknya peminat kue tersebut menjadikan Surabaya Snowcake terus berkembang dan maju hingga saat ini.

Bisnis kue tersebut merupakan bisnis yang sedang kekinian dan merupakan peluang penghasilan yang besar bagi artis ibu kota pada saat ini. Cakupan bisnis kue Surabaya Snowcake sebagai salah satu produk lokal dalam penjualannya sudah mencapai pada tingkat nasional, mengingat banyaknya masyarakat luar kota Surabaya yang mengenal dan membeli kue tersebut melalui jasa titip beli kue artis di media sosial, hal ini tidak terlepas dari kepopuleran Zaskia Sungkar. Penjelasan singkat mengenai bisnis kue tersebut, mengindikasikan bahwa usaha bisnis kue yang pemasarannya menggunakan nama artis merupakan jenis usaha yang memiliki daya tarik yang besar bagi para konsumennya.

Dalam pemasarannya Surabaya Snowcake tentunya telah melakukan berbagai upaya untuk bisa dikenal dan digemari oleh masyarakat luas di tanah air, diantaranya dengan melakukan pemasaran secara langsung oleh

penjual kepada konsumen, akan tetapi sebagai salah satu produk artis terkenal, Surabaya Snowcake tentunya sangat mudah dalam promosi pemasaran produknya hal ini terlihat dari antusias masyarakat saat pertama kali outlet Surabaya Snowcake dibuka yang dihadiri oleh Zaskia Sungkar dan Irwansyah. Para penggemar dari kedua artis tersebut memadati outlet Surabaya Snowcake hanya untuk bertemu dan melihat artis tersebut. Suksesnya usaha bisnis Surabaya Snowcake tidak terlepas dari nama besar Zaskia Sungkar yang menjadi sorotan dari produk kue itu sendiri.

Saat ini di kota Surabaya telah terdapat 6 jenis kue artis lainnya yang juga menjadi sorotan publik dan merupakan pesaing yang cukup berat, mengingat kelima kue artis tersebut juga berada di kota Surabaya, adapun beberapa kue artis di Surabaya ini selain Surabaya Snowcake yaitu Surabaya Patata dari Ria Ricis dan Ustadzah Oki Setiana Dewi, kemudian ada Vidi Vini Vici dari penyanyi Vidi Aldiano dan disusul oleh Ariel Tatum dan Dion Wiyoko dengan Bolu Joeang, serta Inul Daratista dengan Inul Cakes & Pastry dan yang terbaru ialah Vallens Cake dari penyanyi dangdut Via Vallen, yang terakhir Kuenya Ayu dari Ayu Ting-Ting yang ikut meramaikan kue artis di Surabaya. Keenam kue tersebut hadir di kota Surabaya untuk menyusul kesuksesan dari Surabaya Snowcake.

Surabaya Snowcake merupakan produk usaha bisnis kue yang memiliki citra merek yang positif hal ini menambah nilai jual yang mampu menjadikan para konsumennya memiliki rasa kepercayaan diri untuk membeli, hal ini tidak terlepas dari gaya hidup masyarakat yang semakin mewah dan mengikuti *trend* masa kini sebagai bentuk eksistensi diri. Gaya hidup masyarakat perkotaan yang *relative* menengah keatas inilah yang membuat produk kelas premium digandrungi dan disukai oleh masyarakat yang meyakini suatu merek sebagai acuan kelas sosialnya.

Customer relationship management (CRM) digunakan untuk menciptakan sebuah hubungan dengan konsumen atau pelanggan, yaitu menandakan seluruh proses mengenai hubungan apa yang terjalin dan apa yang terpelihara

dengan pelanggan yang harus dilihat sebagai pembuka jalan untuk membangun loyalitas pelanggan. (Lovelock & Writz, 2011:386).

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui CRM seperti apa yang dilakukan oleh Surabaya Snowcake dalam membangun dan memelihara hubungan dengan para pelanggannya, mengingat banyak sekali *competitor* produk lokal maupun produk kue artis lain yang mulai menjamur di kota Surabaya yang mengejar kesuksesan dari Surabaya Snowcake.

Loyalitas pelanggan merupakan pandangan atau sikap positif dari pelanggan terhadap suatu merek, memiliki komitmen pada merek dan berniat untuk membelinya di masa depan (Mowen & Minor 2002:89).

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap pelanggan atau konsumen yang sangat menyukai suatu produk maupun merek tertentu memiliki loyalitas dan kesenangan tersendiri untuk selalu mengkonsumsi maupun membeli produk tersebut, tentunya sebagai penjual Surabaya Snowcake melakukan beberapa upaya dalam mempertahankan eksistensinya dipasaran, dalam hal ini peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana *customer relationship management* yang dilakukan Surabaya Snowcake dalam menjaga loyalitas pelanggannya mengingat banyak sekali *competitor* yang menawarkan produk yang lebih menarik dan harga yang jauh lebih terjangkau.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana *Customer Relationship Management* Surabaya Snowcake dalam Menjaga Loyalitas Pelanggannya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui *Customer Relationship Management* Surabaya Snowcake dalam Menjaga Loyalitas Pelanggannya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan wawasan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian sejenis tentang *customer relationship management* dalam menjaga loyalitas pelanggannya.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana serta dapat menjadi wahana pengembangan ide-ide ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi pemasaran.
- b. Bagi masyarakat luas untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagaimana *customer relationship management* Surabaya Snowcake dalam menjaga loyalitas pelanggan.
- c. Bagi Universitas Trunojoyo Madura menambah referensi perpustakaan sehingga dapat digunakan sebagai bahan-bahan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dan pihak yang berkepentingan dalam penelitian sejenis.