

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dalam kehidupan manusia yang semakin kompleks, tentunya kebutuhan informasi yang dibutuhkan akan semakin beraneka ragam. Untuk memenuhi kebutuhan yang beranekaragam itu, manusia akan selalu berusaha dengan berbagai cara agar kebutuhan selalu terpenuhi, sehingga dapat memberikan keputusan bagi dirinya sendiri. Konsumen yang membutuhkan suatu produk, akan melakukan pilihan-pilihan terhadap atribut-atribut produk yang sesuai dengan keinginannya. Dengan demikian produsen harus mampu membaca keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan suatu produk yang dapat memuaskan konsumen secara maksimal.

Sekarang di dunia fashion mengalami kemajuan mode/trend pakaian yang sangat pesat yang ditandai dengan banyak bermunculan outlet, boutique, distro dan lain-lain. Dan tentunya persaingan di dunia fashion sangat ketat.

Tajak Boutique adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian yang khusus di tunjukan kepada kaum muda pria dan wanita serta aksesoris lainnya. Sejauh ini semua kegiatan di butik ini belum maksimal, karena selama ini peminat butik ini kurang ramai dikunjungi.

Kendala yang dihadapi yaitu demikian ketatnya persaingan dalam industri ini. Industri fashion terutama di Pangkalpinang maju sedemikian pesatnya, tiap-tiap brand mengusung tema tertentu, desain, pola dan bahan yang sangat khusus dalam melakukan promosinya, hal ini di tunjukan untuk menarik pengunjung sebanyak mungkin sehingga dapat meningkatkan penjualan. Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada pihak Tajak Boutique, pihaknya sudah melakukan seperti yang disebutkan di atas, hanya masih tersendat dalam melakukan promosinya. Selama ini promosi yang dilakukan hanya di butik nya sendiri.

Peluang pasar yang sangat menarik pada produk fashion ini berada di luar kota, tetapi hingga saat ini Tajak Boutique masih mempunyai kesulitan

dalam memperluas area pemasarannya. Karena untuk saat ini Tajak Boutique belum mempunyai cabang di luar kota, dan untuk membuka cabang baru di butuhkan biaya yang tidak sedikit, sehingga banyak dari konsumen yang ingin membeli produk fashion ini sering mendapatkan kesulitan karena untuk mengakses Tajak Boutique menyita waktu dan biaya yang lumayan besar untuk berkunjung dari tempat tinggal konsumen. Hal ini menjadi penghambat besar bagi proses penjualan produk-produk fashion Tajak Boutique.

2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam suatu penelitian dimaksudkan untuk mempermudah penulis dalam membatasi masalah yang akan diteliti sehingga tujuan dan sasaran yang akan dicapai menjadi jelas, terarah, dan mendapatkan hasil seperti yang diharapkan.

Bedasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan tersebut diatas, maka dapat dirumuskan masalahnya yaitu:

- a. Bagaimana cara merancang promosi Tajak Boutique yang menarik dan efektif kepada masyarakat luas?
- b. Bagaimana memilih media yang tepat untuk mempromosikan Tajak Boutique kepada seluruh masyarakat luas?

3. Tujuan Penulis

Bedasarkan permasalahan yang diteliti, maka maksud dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk membangun *e-Commerce* di Tajak Boutique Pangkalpinang.

Sedangkan tujuan utama yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Mempermudahkan konsumen untuk mengetahui tempat dan produk - produk yang ada di Tajak Boutique.
- b. Untuk mempromosikan fashion yang ada di Tajak Boutique dengan biaya tidak terlalu mahal dan menjadikannya lebih efektif dan efisien.

- c. Untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi konsumen melakukan pembelian di Tajak Boutique Pangkalpinang.

4. Batasan Masalah

Dalam penulisan karya Tugas Akhir ini penulis pembatasi objek penelitian, penelitian ini dibatasi hanya dalam pembuatan media promosi lini atas dan media promosi ini bawah serta pembuatan *merchandise*.

5. Metode Penelitian

Dalam penulisan Tugas Akhir (TA) ini, penulis menggunakan berbagai metode yang digunakan, yaitu:

a. Studi Lapangan

Tentang usaha Tajak Boutique yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian/aksesoris pria dan wanita dalam bentuk cetak berupa pengoperasian software, hardware, dan hasil produk jadi berupakatalog, brosur, kalender, nota, spanduk, dan lain-lain.

b. Teori praktek tipikal metode layout iklan :

1) AXIAL AXIAL

Elemen iklan diletakan berdasarkan beberapa sebuah sumbu yang diletakan pada posisi tertentu dihalaman iklan, dan pada metode ini akan ditampakan banyak bagian yang kosong.

2) GROUP

Layout ini menggunakan sejumlah elemen berupa foto yang diletakan berkelompok dalam suatu titik konsentrasi pandang pada halaman iklan karena bertujuan untuk memberikan satu pusat perhatian.

3) BAND BAND

Elemen iklan dipasang membentang seperti sabuk tapi letaknya membujur vertikal dan memblocking materi setinggi halaman.

4) PATH

Modell ini menyebar materi, baik berupa foto maupun teks secara zig zag seluas halaman iklan.

5) T

Model kuno yang membentuk huruf T tetapi efektif dan masih banyak digunakan.

6) Z

Teknik ini adalah untu meratakan perhatian diseluas permukaan halaman ini digunakan pada iklan baris latin yang dibaca dari kiri ke kanan dengan permainan typografi.

7) S

Metode layout iklan ini kebalikan dari Z dan dipergunakan bagi pembaca yang menggunakan huruf non latin misalkan bahasa atau huruf Arab.

8) U

Metode iklan yang dipasang mengikuti huruf U.

9) GRID / SISTEM KOLOM

Model ini mirip dengan axial, tetapi letak dan ukuran elemen lebih memenuhi bidang ikaln sehingga tidak banya bidang yang kosong.

10) CHECKEBOARD / PAPAN CATUR

Metode yang memasang elemen-elemen gambar / foto secara rapi menyerupai kotak-kotak papan catur dan cocok digunakan untuk elemen raster sama atau foto-foto yang sama.

6. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan secara umum mengenai latar belakang, masalah, tujuan penulisan, batasan permasalahan, metode penelitian dan sistematika penulisan laporan Tugas Akhir.

BAB II : ORGANISASI DAN TEKNOLOGI

Dalam bab ini menjelaskan mengenai teori singkat tentang hardware dan software yang digunakan. Spesifikasi hardware dan software yang sudah dan akan digunakan. Teori singkat mengenai konsep design yang disetujui dan hubungan antara hardware dan software pendukung yang sudah dan akan digunakan.

BAB III : ANALISIS

Dalam bab ini akan dibahas mengenai objek penelitian yang berisi konsep design, draft, dan materi dari objek yang diteliti. Analisis objek yang berisikan analisis dari objek penelitian.

BAB IV : IMPLEMENTASI DESAIN

Dalam bab ini dijabarkan mengenai implementasi bentuk design. Berupa gambaran tentang desain apa yang telah dibuat yang nantinya akan dicetak dalam bentuk nyata.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan tentang apa yang telah dilakukan selama Tugas Akhir pada Anugrah Distro serta memberikan saran-saran terhadap sistem untuk meningkatkan usaha penjualan ditempat riset.