

# 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.

Fit Olshop adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian yang khusus di tunjukan kepada kaum muda pria dan wanita. Sejauh ini semua kegiatan di toko 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 Fit Olshop, pihaknya sudah melakukan seperti yang disebutkan di atas, hanya masih tersendat dalam melakukan promosinya. Selama ini promosi yang dilakukan hanya di toko nya sendiri dan online saja.

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

memperluas area pemasarannya. Karena untuk saat ini Fit Olshop 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 Fit Olshop menyita waktu dan biaya yang lumayan besar untuk berkunjung dari tempat tinggal konsumen. Hal ini menjadi penghambat besar bagi proses penjualan produk-produk fashion Fit Olshop.

## **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 Fit Olshop yang menarik dan efektif kepada masyarakat luas?
- b. Bagaimana memilih media yang tepat untuk mempromosikan Fit Olshop kepada seluruh masyarakat luas?

## **3. Batasan Masalah**

Dalam penulisan KKP ini penulis pembatasi objek penelitian, penelitian ini dibatasi hanya dalam pembuatan media promosi seperti spanduk, kartu nama, logo, nota, brosur dll.

## **4. Tujuan Penulis**

Bedasarkan permasalahan yang diteliti, maka maksud dari penulisan KKP ini adalah untuk merancang media publikasi dan promosi dengan menggunakan metode desain grafis di Fit Olshop Pangkalpinang.

Sedangkan tujuan utama yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Mempermudah konsumen untuk mengetahui tempat dan produk - produk yang ada di Fit Olshop.
- b. Untuk mempromosikan fashion yang ada di Fit Olshop dengan biaya tidak terlalu mahal dan menjadikannya lebih efektif dan efisien.
- c. Untuk membuat konsumen menjadi terpuaskan dari segi produk dan layanan pada Fit Olshop.

## 5. Metode Penelitian

Dalam penulisan KKP ini, penulis menggunakan berbagai metode yang digunakan, yaitu:

### a. Studi Lapangan

Dalam metode ini, penulis terjun langsung untuk mencari dan mengumpulkan data dari sumbernya dengan cara melakukan pengamatan terhadap masalah yang dijadikan objek oleh penulis.

### b. Wawancara

Dalam metode wawancara, penulis dapat memperoleh informasi langsung dari sumbernya dengan cara melakukan tanya jawab dan bertatap muka antar penulis dan narasumber.

### c. Studi Pustaka

Metode ini digunakan sebagai pendukung dan penunjang dari data yang telah ada dan sebagai bahan perbandingan. Penulis juga melakukan pendekatan dengan referensi buku-buku yang mengacu pada bidang yang berkaitan dengan objek penulis.

## 6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini terbagi dalam beberapa bab yang tersusun sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

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

## **BAB II : TINJAUAN ORGANISASI**

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai sejarah singkat tentang Fit Olshop dan struktur organisasi Fit Olshop

## **BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

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.

## **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan tentang apa yang telah dilakukan selama KKP pada Fit Olshop serta memberikan saran-saran terhadap sistem untuk meningkatkan usaha penjualan ditempat riset.