

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Yellow Kongs, merupakan bisnis ritel penyedia layanan produk dan jasa yang berlokasi di Bogor, Babakan Madang. Yellow Kongs berdiri sejak 2020 Februari dan aktif melayani masyarakat akan kebutuhan pertukangan dan rumah tangga seperti perkakas dan bahan bangunan secara daring pada pertengahan 2020. Dikarenakan kehadiran Yellow Kongs yang masih baru dibandingkan dengan para kompetitor nya. Maka hal ini berdampak bagi pertumbuhan Yellow Kongs. Yang dimana timbul beberapa permasalahan terkait dengan perkembangan mereknya yang belum banyak dikenal oleh kalangan masyarakat. Dari hasil observasi, ditemukan bahwa para kompetitor telah berdiri sejak 2016 dan telah memasarkan produknya secara daring melalui beberapa wadah pemasaran daring.

Yellow Kongs menyediakan produk dan pelayanan pengiriman sehari sampai dalam cakupan daerah Jabodetabek untuk produk - produk keperluan rumah tangga. Dan konsisten dalam menjaga hubungannya terhadap konsumen yang dimana membuat konsumen nyaman dan betah dalam berbelanja dan transaksi. Namun dari hasil yang ditemukan, bahwa Yellow Kongs sulit bertumbuh akibat kurangnya pemasaran diluar dari wadah *e-commerce*. Yang dimana para kompetitor sudah terlebih dahulu memasarkan produknya di luar wadah penjualan *e-commerce* tersebut. Dampaknya Yellow Kongs sulit untuk mencapai target omset yang diinginkan dan mengundang konsumen potensial baru diluar dari *e-commerce* nya untuk berbelanja.

Yellow Kongs memiliki potensi dalam menggaet konsumen baru diluar dari wadah pemasaran yang telah tersedia. Sejauh ini, Yellow Kongs telah melakukan usaha promosi yakni dalam bentuk *Sales Promotion* yang dimana masih dilakukan dan diperuntukan untuk konsumen yang pernah berbelanja di Yellow Kongs dan hanya merupakan para pelanggan setia Yellow Kongs. Yakni usaha promosi yang

dilakukan oleh Yellow Kongs, merupakan promosi dalam bentuk diskon, promo gratis dan lain sebagainya terhadap konsumen loyal. Apabila terus menerus dilakukannya promosi pada *circle* konsumen setia saja, maka hal ini akan berdampak lebih jauh untuk Yellow Kongs dalam perluasan pasarnya, dimana mengalami ketidakseimbangan penjualan dan pasar, serta operasional toko yang terus berjalan dapat menyebabkan kerugian dan penutupan usaha.

Andrews dan Shimp (2013), suatu produk dapat diinformasikan dan memberi persuasi terhadap calon konsumen maupun konsumen untuk mengkonsumsi produk melalui fungsi promosi (hlm. 242). Maka penulis memiliki inisiatif untuk memberikan solusi terhadap permasalahan tersebut dalam melakukan perancangan promosi untuk Yellow Kongs, dengan harapan dapat menggaet dan mengundang konsumen potensial baru dan meningkatkan omset penjualan Yellow Kongs.

Pada permasalahan lain Yellow Kongs, terdapat beberapa permasalahan desain yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah kurangnya fokus dan tata letak yang tidak efektif terhadap logo. Desain yang tidak memiliki fokus yang jelas atau tata letak yang tidak efektif dapat mengaburkan pesan utama dan mengganggu persepsi audiens atau konsumen. Penempatan elemen yang salah atau kurangnya hirarki visual dapat menyebabkan kebingungan dan ketidaknyamanan bagi pengguna. Selain itu, kurangnya konsistensi juga menjadi permasalahan dalam desain Yellow Kongs. Ketidak konsistenan dalam elemen desain seperti warna, jenis huruf, atau gaya visual dapat menciptakan ketidakharmonisan dan mengurangi kesan profesionalitas. Konsistensi dalam desain sangat penting untuk menciptakan identitas merek yang kuat dan memudahkan audiens dalam memahami dan berinteraksi dengan desain. Untuk mengatasi permasalahan ini, Yellow Kongs perlu memperhatikan pengaturan fokus yang lebih jelas dalam desainnya serta meningkatkan tata letak yang lebih efektif untuk memudahkan audiens. Selain itu, penting juga untuk menciptakan konsistensi dalam elemen desain, seperti memperhatikan penggunaan warna, jenis huruf, dan gaya visual yang seragam untuk mencapai tampilan yang lebih

harmonis dan memperkuat kesan profesionalitas. Dengan melakukan perbaikan ini, yang dimana solusinya adalah mempertahankan konsistensi visual pada penerapan perancangan promosi yang akan dilakukan, Yellow Kongs dapat meningkatkan pengalaman calon konsumen yang dimana memperkuat identitas mereknya yang dimana sangat penting dalam hal promosi yang ingin dirancang.

Tabel 1.1 Tabel Data omset Yellow Kongs 2021

Bulan	Omset
Oktober	Rp. 23,751,000
November	Rp. 18,310,000
Desember	Rp. 21,556,000

Sumber: Data 3 Bulan Omset Yellow Kongs (2021)

Target omset yang ingin dicapai oleh Yellow Kongs diharapkan dapat melebihi dari angka data omset bulanan Yellow Kongs yang telah tercatat sejak 2021 lalu setidaknya diatas 30 juta rupiah.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang telah dipaparkan diatas, penulis menyimpulkan dalam sebuah pertanyaan rumusan masalah bahwa, Bagaimana cara merancang visual promosi Yellow Kongs agar dapat merangsang konsumen potensial dalam membeli produk di Yellow Kongs?

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian pada tugas akhir ini, penulis menyusun segmentasi beberapa batasan masalah sebagai berikut:

### 1. Geografis

- a. Negara : Indonesia
- Provinsi : Jabodetabek

### 2. Demografis

- a. Usia : 30 - 40 tahun
- b. Pendidikan : SMA, S1
- c. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

- d. Tingkat Ekonomi : SES B
- e. Pekerjaan : Pekerja Kantoran, Wiraswasta, Interior Desainer, Mandor bangunan.

### 3. Psikografis

- a. Suka mengakses internet.
- b. Suka berbelanja secara *online*.
- c. Memiliki kebutuhan dan minat untuk membangun dan merenovasi rumah.
- d. Berorientasi pada kualitas.

Pada batasan masalah yang telah diurai, geografis yang dipilih pada provinsi merupakan daerah Jabodetabek, karena cakupan pengiriman yang diincar merupakan daerah tersebut. Yellow Kongs terletak di daerah Bogor, namun alangkah lebih baik apabila dalam memasarkan promosinya di daerah Jabodetabek, hal ini karena melalui via daring. Pada segmentasi demografisnya, terutama usia yang dipilih dari umur 30 hingga 40 tahun merupakan usia yang mengacu pada konsumen yang dulunya pernah berbelanja di Yellow Kongs melalui data yang sudah terkumpul secara otomatis melalui *e-commerce*, dipilih pada umur dengan jarak 10 tahun karena target lebih spesifik dan tidak meluas. Begitupun dengan pekerjaan yang telah ditentukan dari segmentasi. Tingkat ekonomi merupakan SES B, hal ini mengacu pada upah minimum regional di Indonesia yang merupakan 4 juta rupiah hingga 6 juta rupiah. Telah diamati bahwa segmen psikografis pelanggan Yellow Kongs yang menunjukkan preferensi terhadap akses internet dan berbelanja online juga memiliki kebutuhan dan keinginan yang kuat untuk membangun dan merenovasi rumah. Berdasarkan pengalaman penjualan sebelumnya, ini dikaitkan dengan fakta bahwa lebih banyak pelanggan dalam segmen ini cenderung mencari inspirasi produk, dan informasi terkait rumah secara daring. Mereka lebih mungkin mencari solusi praktis dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam membangun dan merenovasi rumah. Oleh karena itu, Yellow Kongs telah merespons dengan menawarkan berbagai produk dan layanan yang relevan, serta menyediakan

platform online yang memungkinkan pelanggan mereka untuk menjelajahi, memilih, dan membeli produk dengan mudah sesuai dengan preferensi dan kebutuhan psikografis mereka.

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Merancang visual promosi bisnis ritel Yellow Kongs guna menggaet konsumen potensial dan meningkatkan cakupan *brand awareness* Yellow Kongs.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Dari perancangan tugas akhir ini terdapat manfaat bagi beberapa pihak:

##### **1. Penulis**

Manfaat bagi penulis dalam menjalani tugas akhir ini adalah agar dapat menyelesaikan misinya dalam menempuh pendidikan DKV di perguruan tinggi dan agar dapat saling berbagi ilmu baru dalam pengalamannya mempelajari ilmu yang didapatkan selama belajar di perguruan tinggi.

##### **2. Universitas dan Pembaca**

Manfaat bagi pembaca dan universitas adalah untuk memberikan contoh terkait dengan contoh penulisan dan wawasan baru yang dapat dipelajari bersama dari pengalaman penulis. Hal lainnya adalah sebagai referensi bagi pembaca atau mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang ingin melakukan karya penulisan.

##### **3. Yellow Kongs**

Manfaat bagi Yellow Kongs yakni mendapatkan perancangan promosi yang akan bermanfaat untuk masa yang akan mendatang dan juga bertujuan yakni dengan harapan untuk meningkatkan penjualan dapat mengundang konsumen baru untuk dapat berbelanja di Yellow Kongs.