

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Penggunaan media sosial di masa kini sangat dibutuhkan oleh perorangan, perusahaan atau lembaga dalam melakukan usaha promosinya karena selain mudah, murah dan juga lebih banyak menjangkau khalayak (Gitosudarmo 2016). Media sosial mendukung kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi calon konsumen agar bisa mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan lalu konsumen merasa senang dan mau membeli produk tersebut. Toko-toko kecil sebagai UMKM juga perlu melakukan promosi, karena bagaimanapun juga penting untuk UMKM dalam meningkatkan penjualan dan pendapatannya.

Secara umum di dalam dunia pemasaran, promosi memiliki arti sebagai cara ataupun kegiatan pelaku usaha untuk bisa meningkatkan sesuatu (Cinthya 2023). Meningkatkan perkembangan merek, produk, atau perusahaan itu sendiri. Promosi itu sendiri bisa dikatakan merupakan suatu kegiatan yang selalu dilakukan oleh para pelaku usaha, dalam menyampaikan sebuah informasi yang berkaitan dengan produk ataupun jasa. Perusahaan dan para pelaku usaha kecil sering melakukan kegiatan promosi sebagai alat pemasaran karena dengan promosi itu sendiri dipercaya dapat mendatangkan pelanggan atau pembeli, promosi dirancang untuk menyoroti merek atau barang tertentu.

Desain grafis ialah cara berkomunikasi di bidang seni dengan menggunakan sebuah tulisan, ruang dan sebuah gambar. Desain grafis merupakan suatu bagian dari komunikasi visual. Wujud dari sebuah desain grafis yang sering ditemukan ialah logo, brosur, katalog, pamflet, spanduk, *banner*, *x-banner*, *flyer*. (Fauzan Tri Nugroho 2023). Penyebaran promosi di masa kini tidak terbatas pada iklan televisi, iklan radio, iklan koran, brosur, poster, baliho atau *flyer*. Keberadaan situs *web*, media sosial memudahkan usaha promosi.

Toko kelontong yang biasa disebut sebagai toko rakyat adalah toko yang menyediakan barang-barang ataupun bahan kebutuhan sehari-hari yakni sembako, alat tulis kantor, mainan anak, dan juga kebutuhan-kebutuhan lainnya. Toko

kelontong biasa ditemukan di sudut-sudut jalan perkotaan dan di tiap tiap daerah. Kehadiran toko kelontong di lokasi yang strategis bisa membuat toko kelontong ini menjadikan pilihan utama masyarakat dalam pembelian cepat dan praktis.

Toko khusus (*specialty store*) ini juga memiliki macam atau jenis jenis toko yaitu, toko buku, toko perhiasan, toko alat tulis, toko olahraga, toko elektronik, toko alat musik dan toko mainan. Di setiap jenis jenis toko khusus tersebut pasti memiliki keunikan dan satu fokusnya sendiri dalam keinginan memenuhi kebutuhan konsumen dalam kategori produk yang khusus dan spesifik (Raja Rak 2023).

Toko Uwa Toys merupakan sebuah jenis toko kelontong yang menjual produk atau barang dengan berbagai jenis. Uwa Toys disini menjual, mulai dari produk mainan, alat tulis kantor, aksesoris, peralatan ulang tahun, alat-alat elektronik dan perlengkapan umum sehari - hari. Uwa Toys ini berada di Jalan Pesantren Timur No.4, Pamekaran, Kecamatan Soreang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, dekat dari Kabupaten, dekat dengan Polsek Soreang dan masih berada di kawasan pasar soreang. Awal mula Uwa Toys ini adalah usaha kecil kecilan keluarga. Uwa Toys didirikan pada tahun 2000 yang didirikan oleh Bapak Muridan Efendi.

Toko Uwa Toys ini sudah terkenal dari mulut ke mulut sebagai toko mainan, toko Uwa Toys ini memerlukan media promosi untuk pendukung agar bisa memperkenalkan dan bisa dapat menarik lebih banyak pelanggan yang datang ke toko Uwa Toys, untuk menyebarluaskan kepada masyarakat bahwa Uwa Toys ini merupakan toko ritel, dan toko kelontong bukan sebagai sebagai toko mainan dan citra Uwa Toys sebagai toko mainan sudah melekat di benak masyarakat berubah menjadi toko ritel, agar tidak hanya warga sekitar dan pelanggan tetap saja yang menjadi konsumen, karena dengan jaman yang sudah semakin canggih perlu untuk melakukan suatu promosi untuk memperkenalkan bagaimana kondisi, dan produk/ barang apa yang ditawarkan dan dijual di toko Uwa Toys.

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Uwa Toys sudah memiliki media promosi tetapi tidak berjalan dengan baik dan memerlukan promosi yang optimal untuk berupaya memperluas pasar dengan desain yang menarik.
- Toko Uwa Toys dikenal oleh khalayak sebagai toko mainan, padahal toko uwa toys menjual jenis produk lain, toko Uwa Toys merupakan toko ritel.
- Toko Uwa Toys membutuhkan strategi promosi untuk mengubah citra dari toko mainan menjadi toko ritel.

I.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah didapatkan melalui suatu rumusan dari identifikasi masalah yang sudah ada, selanjutnya dirumuskan untuk dijadikan suatu bahan untuk kejelasan dalam fokus perancangan yaitu “Bagaimana toko Uwa Toys dapat memperluas pasar dan mempromosikan sebagai toko ritel melalui media promosi”.

I.4. Batasan Masalah

Perancangan dan penelitian dibatasi agar sesuai dengan objek penelitian yang dibahas, serta sesuai dengan pembahasan yang spesifik. Berikut ini merupakan batasan dari masalah yang diteliti.

- **Objek Permasalahan**
Objek penelitian dibatasi pada Toko Uwa toys dan pembahasan dibatasi pada kebutuhan toko Uwa Toys untuk mengubah citra dari toko mainan menjadi toko ritel.
- **Lokasi Mengerjakan Perancangan**
Terkait dengan batasan tempat ini ialah di Kec. Soreang, Kabupaten Bandung, Jawa barat. Difokuskan di wilayah Kabupaten Bandung, karena lingkup penjualannya masih berada di wilayah Kabupaten Bandung.
- **Waktu Mengerjakan Perancangan**
Penelitian dan perancangan dilakukan selama enam bulan yaitu dari bulan, dari bulan Maret 2024 – September 2024.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.5.1 Tujuan Perancangan

Perancangan selalu memiliki tujuan yang akan bermanfaat bagi perancangan yang akan dibuat. Berikut ini adalah tujuan yang terdapat pada perancangan ini:

- Untuk merancang media promosi agar dapat memperluas pasar toko Uwa Toys.
- Untuk menarik lebih banyak dikenal dan banyak konsumen yang datang ke toko Uwa Toys.
- Untuk mengubah citra toko uwa toys dari toko mainan menjadi toko ritel melalui promosi.

1.5.2 Manfaat Perancangan

- **Manfaat Teoritis**
Sebagai sumbangan, memperkaya, meningkatkan keilmuan, dan memperdalam pemahaman DKV yang berkaitan dengan perancangan media yang menarik dan kreatif. Diharapkan bisa memberi inovasi kepada toko Uwa Toys tentang pentingnya promosi menarik yang dapat memperluas pasar Uwa Toys dan menarik banyak konsumen yang datang.
- **Manfaat Praktis**
Diharapkan bisa menjadi inspirasi bagi perancang sendiri, masyarakat dan toko Uwa Toys. Bisa menunjang keperluan promosi toko Uwa Toys dalam memperluas pasar.