

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada perkembangannya, kini bisnis *retail* di Indonesia mulai bertransformasi dari bisnis *retail* tradisional menuju bisnis *retail* modern. Perkembangan bisnis *retail* di Indonesia sudah semakin menjamur di hampir seluruh wilayah Indonesia. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya toko *retail* yang membuka cabang di berbagai wilayah di Indonesia. Pada saat ini Indonesia sedang dalam tahap perkembangan usaha yang begitu pesat. Akibatnya persaingan dibidang usaha tersebut juga semakin ketat. Tidak dapat dipungkiri lagi, Indonesia dengan populasi jumlah penduduk yang sangat besar, pasti juga menyimpan potensi market bisnis ritel yang besar pula.

Dalam 5 tahun terakhir peningkatan omset ritel modern cukup pesat, hal ini juga didukung oleh pertumbuhan jumlah ritel yang semakin pesat. Menurut Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo) pertumbuhan bisnis *retail* di Indonesia antara 10-15% per tahun. Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 230 juta merupakan pasar potensial bagi bisnis retail modern. Keadaan ini mendorong perusahaan *retail* yang lebih dulu eksis seperti Matahari Department Store untuk lebih berjuang keras mempertahankan eksistensi dan ikut bersaing dengan para kompetitor.

Berangkat dari permasalahan di atas, maka disinilah peran dari *Visual Merchandiser* Matahari *Department Store* Plaza Surabaya. Secara garis besar, *Visual Merchandiser* bertanggung jawab menarik *customer* (pembeli) untuk masuk dan berbelanja kedalam sebuah toko. Cara untuk menarik *customer* ini bermacam-macam, mulai dari membuat *window display* yang menarik, juga mengatur tata letak produk dan *furniture* di dalam toko.

Bertepatan pada Bulan Suci Ramadhan, perilaku konsumen mengalami kecenderungan berubah menjadi lebih konsumtif. Fenomena meningkatnya konsumsi masyarakat di Bulan Suci Ramadhan merupakan suatu fenomena konsumtif musiman. Hal itu dikarenakan keinginan untuk memenuhi kebutuhan akan bahan-bahan yang lebih bersifat adat/kebiasaan yang hanya dibutuhkan pada saat Bulan Suci Ramadhan.

Oleh karena itu *Visual Merchandiser* juga memanfaatkan perayaan hari-hari besar tertentu seperti Bulan Suci Ramadhan sebagai tema dekorasi yang akhirnya akan diaplikasikan dalam *display* toko sebagai upaya untuk menarik para konsumen

Intinya, seorang *Visual Merchandiser* harus memberikan pengalaman berbelanja yang positif dan berbeda, sehingga pelanggan selalu ingin datang dan berbelanja. Oleh karena itu, kami membantu pihak Matahari *Department Store* Plaza Surabaya untuk mevisualisaikan produk/barang dagangan, *window display*, serta dekorasi dalam ruangan agar sesuai dan se-menarik mungkin.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang didapat yaitu: “Bagaimana merancang desain *layout* dekorasi Matahari *Department Store* Plaza Surabaya dengan tema Ramadhan”

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka ditentukanlah batasan-batasan permasalahan agar laporan ini lebih terfokus dan tidak meluas. Batasan-batasan tersebut antara lain:

1. Membuat rancangan *layout* dekorasi dengan tema Ramadhan
2. Mendekorasi *show window*, *center point*, *mid partisi*, *back wall* dengan tema Ramadhan
3. Mendesain *header* POP dengan tema Ramadhan

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan laporan kerja praktik ini adalah untuk mendesain *layout* dekorasi Matahari *Department Store* dengan tema Ramadhan.

1.5 Manfaat Perancangan

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari perancangan desain *layout* dan dekorasi ini adalah untuk menambah pengetahuan umum tentang apa itu *Visual Merchandising* dan pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan suatu perusahaan *retail*.

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi masyarakat maupun mahasiswa yang ingin mengetahui tentang *visual merchandising*. Khususnya peranan *layout/tata letak*, serta dekorasi dalam menunjang peningkatan penjualan di Matahari *Department Store* Plaza Surabaya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berpengaruh positif terhadap pendapatan perusahaan *retail* terkait. Selain itu dapat menjadi bahan referensi untuk menambah ide-ide dalam perancangan *layout* dekorasi *window display*, *center point*, *POP*, dan unsur-unsur *merchandise* lainnya di Matahari *Department Store* Plaza Surabaya.

1.6 Pelaksanaan

1.6.1 Detail Perusahaan

Nama perusahaan : PT Matahari *Department Store*
Jasa : *Retail*
Alamat : Jl. Pemuda No. 33-37, Surabaya
Jawa Timur Indonesia
Phone : (031) 5316112
Fax : (031) 8054101
e-mail : aries_adecco@yahoo.com

Adapun kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja praktek di PT Matahari *Department Store* adalah merancang *design layout* tema Ramadhan diantaranya meliputi desain *show window*, desain *center point*, *table area* dan lainnya yang dimana menjadi kewajiban pada setiap tema yang ditentukan guna meningkatkan penjualan.

1.6.2 Periode

Periode waktu pelaksanaan kerja praktek yang telah ditentukan adalah minimal 160 jam dengan keterangan sebagai berikut:

Tanggal pelaksanaan : 1 Juni – 24 July 2014
Waktu : Senin-Sabtu 09.00 – 17.00 WIB.

1.7 Sistematika Penulisan

Pada laporan ini akan dijelaskan hasil penelitian dimulai dengan bab pendahuluan. Bab ini meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan, sampai terakhir kepada sistematika penelitian.

Dilanjutkan dengan bab kedua yang berisi tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dalam penulisan laporan ini yang terdiri dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh beberapa tokoh ahli.

Pada bab ketiga, penulis membahas secara keseluruhan tentang metode pelaksanaan perancangan dimulai dengan penentuan *software*, perencanaan warna, elemen grafis, dan tipografi.

Pada bab keempat, penulis akan membahas tentang informasi umum PT Matahari *Department Store*, visi dan misi dan motto perusahaan, struktur organisasi PT Matahari *Department Store*, serta jasa yang ditawarkan oleh PT Matahari *Department Store*. Pada bab kelima akan membahas tentang implementasi karya yang merupakan hasil perancangan selama melaksanakan kerja praktek di PT Matahari *Department Store* berdasarkan permasalahan dan metode perancangan yang telah dikerjakan. Bab keenam merupakan bab penutup dalam laporan ini. Pada bab ini, penulis menyimpulkan pembuatan perancangan media presentasi yang terkait dengan tujuan dan permasalahan yang ada, serta saran untuk pengembangan perancangan media presentasi bagi PT Matahari *Department Store*.