

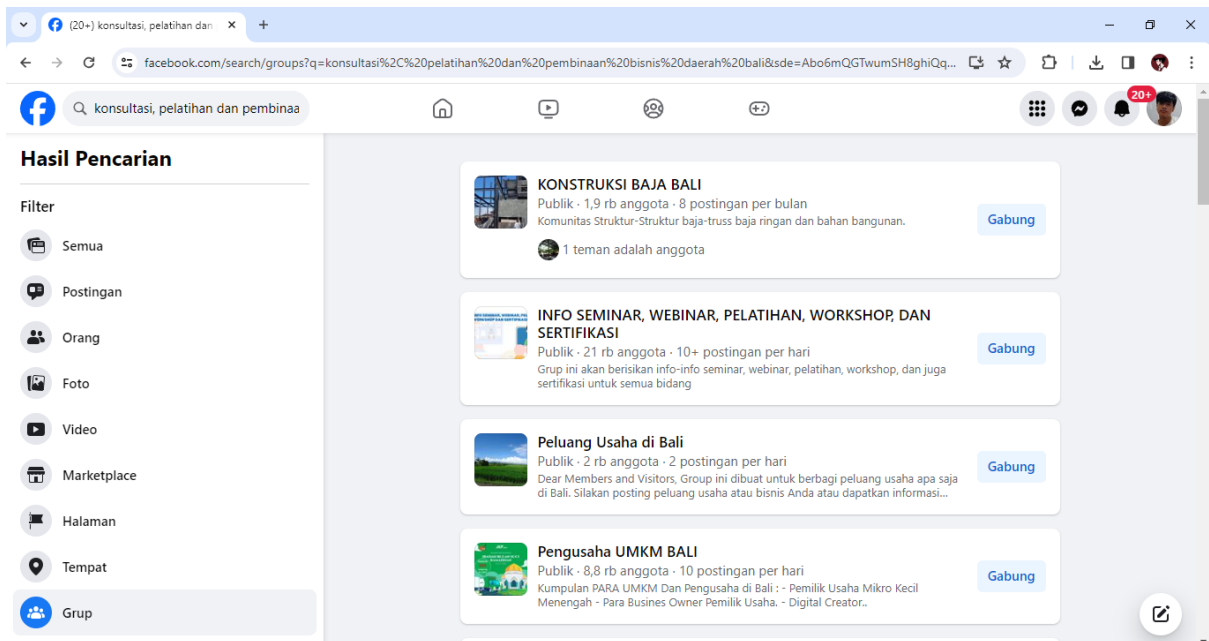
BAB I

PENDAHULUAN

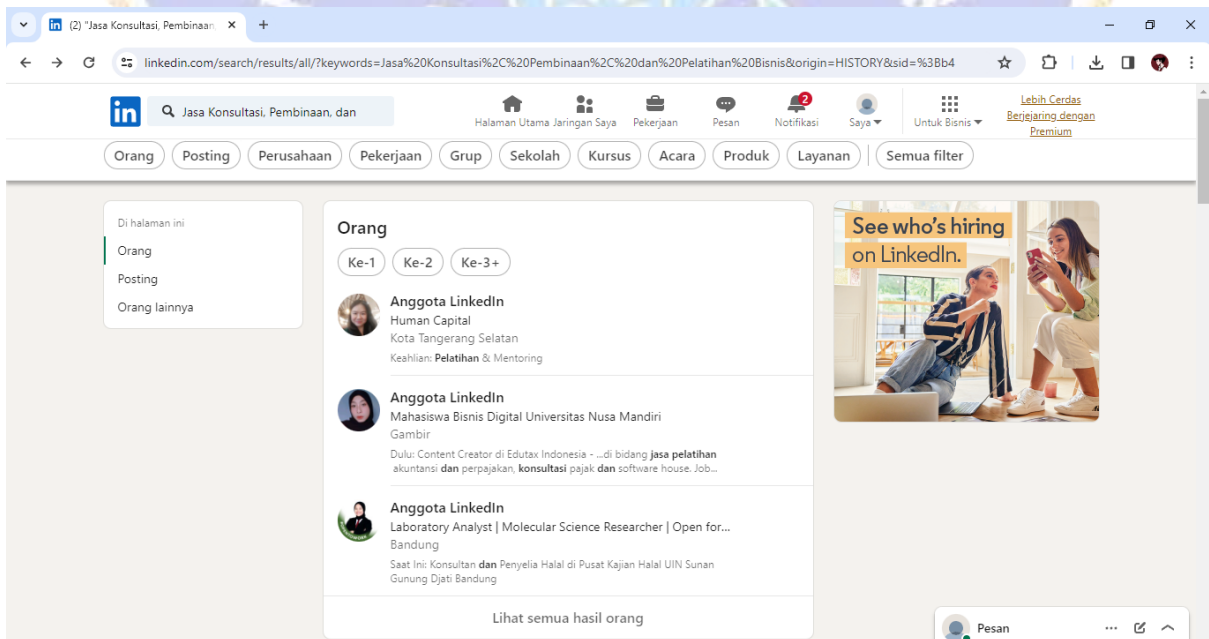
1.1 LATAR BELAKANG

Bisnis Marko Darsana adalah perusahaan bisnis jasa yang berbasis di Sanur Denpasar, Bali, yang berfokus pada peningkatan dan pembinaan perusahaan kecil dan menengah yang ada di Indonesia. Bisnis jasa ini didirikan oleh Marko Knauthe pada tahun 2022. Tujuan dari bisnis ini adalah membantu pemilik bisnis yang kesulitan atau membutuhkan panduan dalam mendirikan perusahaan kecil. Bisnis ini melatih restoran, pemilik toko kecil, dan pengusaha yang ingin memulai bisnis sendiri. Selanjutnya, menyelenggarakan kesempatan pelatihan untuk staf layanan, yang akan mengarah pada peningkatan pendapatan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas karyawan. Keunggulan dari visi bisnis Marko Darsana adalah tidak mengizinkan atau mentolerir diskriminasi berdasarkan karakteristik pribadi tertentu, seperti ras, etnis, jenis kelamin, usia, atau orientasi seksual. Dari visi yang dimiliki bisnis jasa ini, menciptakan kepercayaan masyarakat yang ingin menggunakan jasa dari bisnis Marko Darsana. Bisnis Marko Darsana memiliki tiga jasa yang ditawarkan yaitu konsultasi, pembinaan, dan pelatihan untuk para pengusaha yang ingin membangun bisnis sendiri mulai dari awal. Konsultasi, pembinaan, dan pelatihan adalah tiga elemen yang penting untuk membantu bisnis dan organisasi dalam mencapai tujuan serta meningkatkan kinerja mereka (sumber: hasil wawancara langsung dengan Marko Darsana).

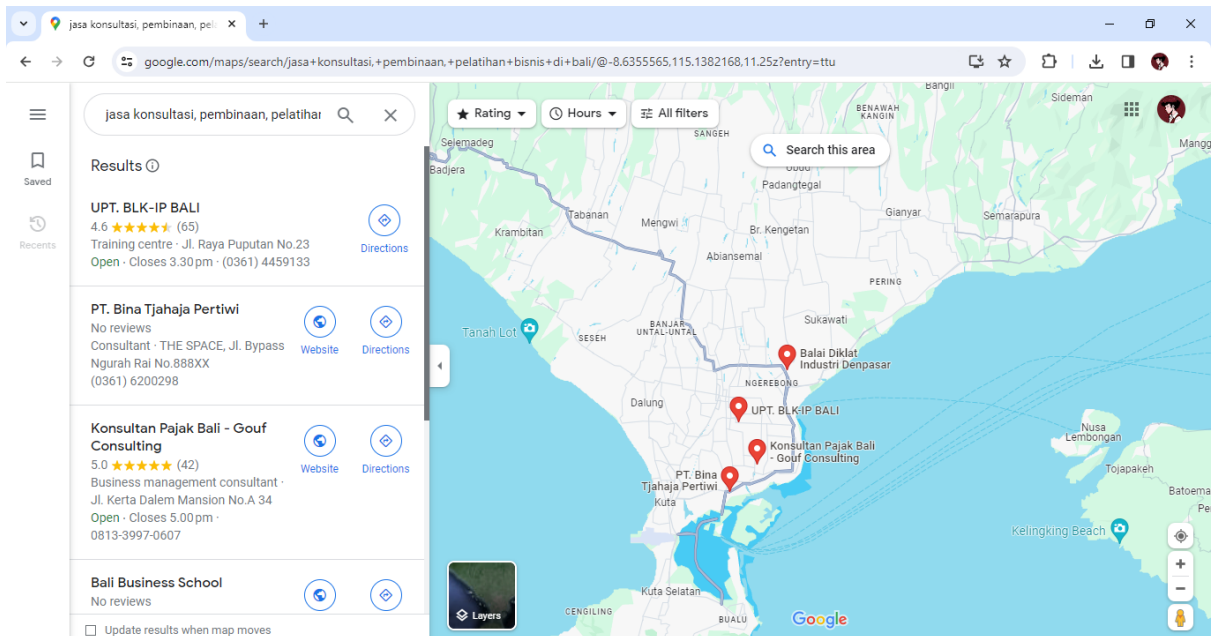
Dari hasil penelusuran di berbagai sumber internet, bidang bisnis yang ditekuni Marko Darsana ini ternyata belum banyak yang mengembangkan di Bali. Hal ini merupakan peluang yang bagus bagi Marko Darsana, karena kompetisi yang terjadi di lapangan masih sedikit. Namun sebagai sebuah bisnis yang baru dibangun, Marko Darsana ini masih perlu melakukan sosialisasi dan promosi yang intensif secara terus menerus-menerus kepada masyarakat agar keberadaannya diketahui oleh masyarakat dan pengusaha-pengusaha yang ingin mengembangkan bisnisnya.



*Gambar 1.1 Hasil Penelusuran di Media Sosial Facebook
(Sumber: Facebook)*



*Gambar 1.2 Hasil Penelusuran di Media Sosial LinkedIn
(Sumber : LinkedIn)*



*Gambar 1.3 Hasil Penelusuran di Google Maps
(Sumber : Google Maps)*

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah yang di dapat sebagai berikut :

1. Bagaimanakah perancangan media desain komunikasi visual perancangan media promosi bisnis Marko Darsana?
2. Bagaimanakah perancangan media promosi pada bisnis Marko Darsana?

1.3 BATASAN MASALAH

Dalam rangka untuk menetapkan cakupan yang tepat, lebih terarah, dan terfokus dalam perancangan tugas akhir ini, maka diperlukan pembatasan masalah yang jelas sebagai berikut:

Batasan masalah dalam Perancangan Media Promosi Bisnis Marko Darsana ini yaitu terdapat beberapa jenis layanan yang ditawarkan Bisnis Marko Darsana diantaranya adalah konsultasi, pembinaan, dan pelatihan yang ditujukan untuk membantu para pengusaha di daerah Bali dalam membangun bisnis mereka dari awal. Lokasi bisnis atau kantor Marko Darsana ini bertempat di Sanur, Kabupaten Badung, Bali.

Adapun jenis layanan yang diberikan yaitu Layanan Konsultasi, yang memberikan konsultasi secara *offline* dimana klien bertemu langsung di kantor Marko Darsana namun bagi klien yang tidak bisa datang langsung ke lokasi, mereka dapat berkonsultasi secara *online* seperti via *Whatsapp*, *Zoom Meeting*, dan lain sebagainya. Layanan selanjutnya adalah Layanan Pembinaan yang dilaksanakan seperti melakukan mentoring kepada klien secara individu sesuai jadwal yang telah disepakati sebelumnya. Kemudian layanan yang terakhir ditawarkan adalah Pelatihan berupa pengajaran keterampilan yang diperlukan dalam menjalankan bisnis, seperti manajemen keuangan, pemasaran, operasional dan lain sebagainya. Marko Darsana dapat menjangkau klien dari berbagai lapisan masyarakat dan usia tanpa memperhatikan status sosial mereka..

Perancangan media yang menarik dan efektif dalam tugas akhir ini dibatasi pada pembuatan infografis sebagai media utama dan desain logo, polo t-shirt, kartu nama, papan nama, amplop, stiker, kop surat, tote bag, dan video *company profile* sebagai media pendukung.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari perancangan promosi ini adalah sebagai berikut :

1. Menghasilkan media promosi berupa infografis digital yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang bisnis Marko Darsana di Bali.
2. Menganalisis hambatan dihadapi oleh bisnis Marko Darsana dalam melakukan sosialisasi dan promosi yang intensif kepada masyarakat di Bali.

1.5 MANFAAT PERANCANGAN

Berikut merupakan manfaat perancangan itu dibuat terhadap beberapa pihak seperti:

1. Bagi Perusahaan

Manfaat Bagi pemilik bisnis adalah supaya lebih dikenal lebih luas oleh masyarakat, terutama masyarakat yang tinggal di Bali.

2. Bagi Konsumen

Konsumen dapat mengetahui jasa yang ditawarkan oleh bisnis ini, dan dapat merasakan keunggulan jasa yang ditawarkan.

3. Bagi Peneliti

Peneliti mendapat pengalaman dalam mengasah ketrampilan untuk memecahkan masalah dalam merancang media promosi.

1.6 SASARAN PERANCANGAN

Yang menjadi target sasaran dari perancangan media promosi ini adalah para pemilik usaha yang baru memulai perjalanan bisnis mereka. Untuk saat ini, cakupan wilayah hanya terbatas pada Provinsi Bali, mencakup seluruhnya.