

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah merambah ke segala aspek termasuk dunia desain. Desain grafis pada saat ini merupakan hal yang tidak asing lagi dan biasa ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, juga berperan menentukan kemajuan dari desain grafis (Degas, 2015). Penggunaan alat atau teknologi yang bervariasi dan semakin canggih dalam proses mendesain, menjadikan desain grafis sesuatu yang menarik untuk dicermati perkembangannya. Desain grafis di Indonesia semakin berkembang dengan banyaknya lembaga pendidikan yang telah membuka atau mengajarkan tentang desain grafis sebagai disiplin ilmu atau jurusan, mulai dari Sekolah Menengah Atas hingga Perguruan Tinggi (Degas, 2015). Djajadiningrat (2010) menyatakan bahwa jurusan desain grafis kian marak di banyak institusi pendidikan dan menjadi salah satu pilihan karir generasi muda. Bahkan dalam persaingan dunia bisnis, pendidikan, penerbitan, periklanan, media sampai politik, desain grafis sudah menjadi salah satu faktor yang diperhitungkan.

Desain grafis dapat didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri (disebut juga seni komersial) (suyanto, 2004). Penggunaan nama desain grafis akhir akhir ini lebih populer sebagai desain komunikasi visual. Sesungguhnya desain grafis erat hubungannya dengan proses cetak mencetak. Melalui media cetak ini

desain grafis berfungsi sebagai media penghubung antar pihak yang berkepentingan guna mengantisipasi ragam kebutuhan, baik yang datang dari dunia usaha atau bisnis, maupun bidang sosial dan hal-hal yang berkaitan dengan media komunikasi (ibnu teguh, 2013). Hampir semua *brand* akan mempromosikan diri baik secara *offline* maupun *online*. Untuk menarik perhatian konsumen, tentu saja salah satu caranya dengan mengkomunikasikan *campaign* melalui visual. Hal itu meliputi desain website, *packaging*, banner, *flyer*, logo, sampai juga konten di media sosial.

Dalam usaha jasa desain grafis merupakan salah satu peluang bisnis yang menjanjikan. Selain mampu memberikan keuntungan yang besar, kebutuhan pasar terhadap layanan jasa desain juga selalu meningkat. Dibuktikan dengan sebuah riset yang dilakukan oleh Jogja Digital Valley pada tahun 2016, sudah ada 53 bisnis di bidang desain grafis, dan tidak menutup kemungkinan di tahun selanjutnya jumlah bisnis desain grafis tersebut akan terus meningkat dari tahun ke tahunnya. Terlebih lagi, banyak sumber daya manusia yang berkualitas, akses internet yang mendukung, oleh karena itu, adanya 53 bisnis di bidang grafis membuat lingkup bisnis tersebut semakin kompetitif. Persaingan bisnis yang begitu ketat dan tidak menutup kemungkinan berdampak pada pendapatan (Margrit, 2016). Bisnis desain grafis yang semakin ketat mengharuskan desainer grafis untuk bekerja secara optimal dan bekerja sesuai target yang ditetapkan. Keharusan sebagai desainer grafis dalam memenuhi target dalam menjalani pekerjaannya, tidak menutup kemungkinan adanya hal-hal tersebut menjadikan pekerjaan sebagai

desainer grafis memiliki banyak kesulitan dalam menjalani berbagai tugas pekerjaannya (Wibowo, 2013).

Persaingan industri kreatif subsektor desain grafis tercatat sebanyak 40 perusahaan (Data ADGI Indonesia). Jumlah tersebut akan bertambah seiring dengan berkembangnya, teknologi, dan iklim usaha yang berpengaruh pada kompetisi industri kreatif subsektor desain grafis ke depan. Dikarenakan industri kreatif sedang berkembang pesat maka banyak bermunculan usaha baru yang semakin membuat kompetisi persaingan bisnis semakin ketat. Imbasnya para pelaku usaha lama harus menyusun rencana strategi yang dilakukan untuk dapat bersaing dengan hadirnya pelaku usaha baru dan pesaing yang sudah ada, rencana strategi sendiri ialah proses dari keputusan dan aktivitas yang mengacu pada satu atau banyaknya strategi yang efektif untuk mencapai tujuan organisasi, diantaranya adalah strategi penetapan harga (Mirzakhani, *et al.* 2014)



(Sumber : Sribulancer.com)

Gambar 1.1 Jasa desain dan multimedia yang paling digemari di Indonesia

Harga merupakan satu hal penting, di mana harga merupakan komponen besar dari kepuasan pelanggan, dan nilai suatu jasa adalah apa yang dirasakan pelanggan (Nadya *et al.*,2014). Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kualitas jasa yang dijual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kualitas jasa yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi operasional. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan, maka keputusan dan harga memegang peranan penting dalam menentukan strategi penetapan harga desain. Sementara itu dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu jasa. Nilai (*value*) dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan dengan harga. Dengan demikian pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula (Secapramana, 2001). Seringkali pula dalam penentuan nilai suatu jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan jasa substitusi. Dari sudut pandang desain grafis freelancer, harga tentu saja mempunyai peranan yang sangat penting. Laba yang akan diperoleh dan kelangsungan hidup desainer sangat ditentukan oleh seberapa besar pendapatan yang diperoleh, dan ini tergantung dari berapa banyaknya jumlah *project* yang dikerjakan. Banyaknya jumlah penjualan jasa sangat dipengaruhi oleh harga jual jasa itu sendiri. Jadi harga jual merupakan hal penting atas suatu *project* yang dijual baik bagi desainer

grafis, maupun bagi *client* (Nadylah et al., 2014). Harga adalah salah satu bentuk *value* (nilai) yang diberikan atau dipasang pada sebuah entitas (bisa produk, jasa, acara, tempat, atau orang dan lain-lain) (Rustan, 2015). Di kota Jombang harga sebuah desain masih dipandang remeh bagi sebagian orang, opini publik tentang desain grafis memang kurang dihargai dan di apresiasi, apalagi dengan adanya opini harga teman yang banyak dikonotasikan dengan arti murah, desain simple diartikan murah. Hal ini dibuktikan peneliti pada saat pra wawancara terhadap informan.

“.... sebenarnya susah menentukan, mematok harga desain soale kan.. setiap desain itu punya kesuliatan dan kerumitan masing - masing kan, mungkin orang liat apa iki... desain cuma gini doang, padahal desain itu nggak melulu cuma gambar kadang kita mikirin filosofinya, maknanya gimana desain itu bisa...diterima orang, bisa dilihat orang, makna apa menggambarkan apa gitu sih...”(Lutfi, 2021).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Strategi penetapan harga desain grafis *freelance*” (studi pada jasa desain grafis *freelance* diJombang).

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada penerapan strategi penetapan harga desain grafis *freelance* di Jombang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana strategi penetapan harga desain grafis *freelance* di Kota Jombang ?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini pada *desainer* grafis *freelance* di Kota Jombang.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

Untuk mengetahui dan menjelaskan strategi penetapan harga desain grafis *freelance* di Kota Jombang.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Bagi desainer grafis *freelance* agar dapat dijadikan sebagai masukan bagaimana strategi penetapan harga desain grafis.

2. Manfaat Teoritis

- a. Memperkaya ilmu dan konseptual pemasaran terutama pada strategi penetapan harga pada jasa desain grafis *freelance*.
- b. Hasil penelitian ini di harapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi sekaligus wawasan dalam menentukan strategi penetapan harga desain grafis *freelance*.