

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Berdasarkan pengalaman dalam melayani pelanggan selama lebih dari 10 tahun dalam menjalankan usaha di bidang barang promosi, serta hasil analisis menggunakan tools *Value Proposition Canvas*, dapat diketahui beberapa permasalahan yang dihadapi pelanggan terkait layanan penyedia barang promosi di pasaran, yaitu:

- a) Kualitas layanan dan produk yang diterima tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh penyedia layanan sejenis.
- b) Proses pengerjaan yang lama, padahal produk akan digunakan untuk acara tertentu sehingga memiliki tenggat waktu yang ketat.
- c) Adanya kekhawatiran bahwa produk yang dipesan tidak dapat selesai sesuai dengan deadline yang dijanjikan.
- d) Proses pemesanan yang kurang efektif, termasuk dalam hal pembayaran dan pengiriman barang.
- e) Desain produk, baik secara visual maupun fungsi, kurang diperhatikan dengan baik sehingga cenderung monoton dan tidak memiliki keunikan khusus di pasaran.
- f) Tidak semua barang promosi dengan sistem personalisasi dan kustomisasi dapat diakomodasi oleh penyedia layanan sejenis.
- g) Layanan komplain yang rumit serta layanan purna jual (*after-sales*) yang tidak terkelola dengan baik.
- h) Tidak adanya *value* lain selain *value* fungsional, sehingga keterikatan emosional (*engagement*) antara pelanggan dan penyedia layanan kurang terjaga dengan baik.

Barang promosi menjadi bagian penting bagi institusi, baik pemerintah maupun swasta, terutama sebagai cinderamata, *gimmick*, sarana informasi, dan bentuk penghargaan kepada pelanggan. Hal ini dapat membantu dalam menyebarkan berbagai kebutuhan pemasaran (*marketing*), mulai dari

menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan *brand awareness*, hingga menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Seiring perkembangan zaman, institusi pemerintah maupun swasta dituntut untuk lebih kreatif dalam menarik minat audiens agar mau berinteraksi dengan produk dan layanan yang disediakan. Dengan demikian, tujuan dari aktivitas promosi yang dilakukan dapat tersampaikan dengan baik, tepat sasaran, serta meningkatkan engagement dengan pelanggan maupun target pasar. Barang promosi menjadi alternatif terbaik untuk mewujudkan tujuan tersebut.

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran berbagai institusi untuk melakukan aktivitas promosi menggunakan barang promosi semakin meningkat, yang berkontribusi pada pesatnya pertumbuhan permintaan barang promosi di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya permintaan, peluang dalam industri barang promosi juga semakin besar. Hal ini mendorong persaingan yang ketat di industri tersebut, memunculkan banyak pesaing baru, serta mendorong para pelaku usaha yang sudah lama terjun di bidang ini untuk terus berinovasi, baik dalam produk maupun layanan.

1.2 Solusi dan Nilai Lebih Yang Ditawarkan

Dewi Media Lestari menawarkan solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi pelanggan sebagaimana disebutkan di atas melalui pendekatan berikut:

- a) Dewi Media Lestari menganut prinsip "*Over-deliver is better than over-promise*", sehingga DML selalu berupaya melampaui ekspektasi pelanggan. DML juga menyediakan layanan garansi kualitas produk 100% tanpa proses yang rumit—jika ada ketidaksesuaian, produk dapat langsung diganti.
- b) Dewi Media Lestari merupakan penyedia layanan pembuatan barang promosi yang memiliki pabrik sendiri, sehingga kontrol terhadap setiap proses produksi dapat berjalan dengan baik. Selain itu, seluruh proses bisnis DML telah tersistemasi dan terintegrasi secara daring (*online*) melalui platform berbasis web. Dengan demikian, *lead time* produksi menjadi lebih cepat dan tepat.
- c) DML menyediakan layanan pelacakan pesanan secara daring (*tracking order online*), sehingga pelanggan dapat memantau proses produksi pesanan

mereka melalui sistem yang telah disediakan. Dengan adanya fitur ini, tenggat waktu (*deadline*) dapat terkontrol dengan baik, sehingga risiko keterlambatan dapat diminimalkan.

- d) DML menyediakan layanan pemesanan yang unggul, baik untuk pelanggan daring (*online*) maupun luring (*offline*). Hal ini didukung oleh pemetaan *customer journey* yang matang serta sistem siap pakai yang mempermudah proses penawaran dan pemesanan. Untuk sistem pembayaran, DML menyediakan opsi pembayaran secara tempo setelah barang dikirim dan pemberkasan selesai. Sedangkan untuk pengiriman di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya, DML menawarkan layanan *free delivery*.
- e) DML memiliki tim desainer profesional dengan standar khusus dalam perancangan desain, baik dari segi visual, grafis cetak/branding, maupun desain fungsional seperti kualitas dan ergonomi. Selain menerima pemesanan *customized*, DML juga mengembangkan produk autentik sendiri, yang memiliki keunikan dan ciri khas dengan mengedepankan kearifan lokal.
- f) Dengan memiliki pabrik sendiri dan tidak menggunakan sistem *makloon* maupun *outsourcing*, DML mampu mengakomodasi pembuatan barang promosi dengan desain yang sepenuhnya disesuaikan (*fully customized*). Selain itu, DML juga menyediakan layanan pembuatan *dummy* untuk mendapatkan persetujuan sebelum produksi massal dilakukan.
- g) DML memberikan garansi 100% terhadap kualitas produk dan layanan. Jika hasil yang diterima pelanggan tidak sesuai dengan spesifikasi atau kesepakatan awal, DML menjamin revisi, produksi ulang, atau pengembalian dana secara penuh tanpa proses yang berbelit-belit.
- h) Selain menyediakan layanan fungsional yang merupakan standar bagi perusahaan, Dewi Media Lestari juga memiliki nilai (*value*) yang relevan dengan aspek emosional pelanggan, yaitu "*bertumbuh dan menumbuhkan*". Nilai ini mencerminkan komitmen DML untuk terus berkembang melalui perbaikan berkelanjutan, sehingga layanan dan produk yang dihasilkan semakin optimal dari waktu ke waktu. Secara organisasi, DML juga

berupaya memberikan dampak positif bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk pemilik usaha, karyawan, pelanggan, mitra, dan masyarakat sekitar. Dengan nilai ini, DML tidak hanya berfokus pada fungsi, tetapi juga membangun keterikatan emosional yang menjadi faktor dominan dalam pengambilan keputusan pelanggan.

1.3 *Noble Purpose*

Bertumbuh dan menumbuhkan merupakan alasan yang menjadi semangat juang maupun motivasi yang membawa DML ke titik-titik pertumbuhan baru dan berkesinambungan. Harapannya, semakin DML berkembang, semakin besar pula dampak positif yang dapat diberikan kepada masyarakat.

1.4 **Visi, Misi, dan Logo Bisnis**

1. Visi

Jangka panjang: Menjadi holding company yang menaungi banyak unit usaha terbaik diberbagai bidang, sehingga senantiasa terus bisa bertumbuh dan menumbuhkan.

Jangka pendek: Menjadi perusahaan penyedia barang (media) promosi terbaik, terbesar, dan terlengkap di Indonesia sehingga dapat terus bertumbuh dan menumbuhkan.

2. Misi

- a) Fokus pada pengembangan inovasi produk & layanan sehingga memiliki ciri khas (USP) tersendiri, dan memiliki model bisnis serta strategi yang berbeda dengan pemain lain di bidang industri yang sama.
- b) Mengembangkan pemasaran di seluruh kota besar di Indonesia baik secara online maupun offline, serta mampu menyediakan produk dan layanan terbaik bagi pelanggan.
- c) Membangun pabrik dan mengembangkan sistem produksi terpadu yang terintegrasi dengan seluruh bisnis yang ada secara online (*auto pilot*), serta memiliki manajemen kontrol sistem yang baik sehingga mampu menghasilkan produk-produk yang berkualitas, berdaya saing, dan secara konsisten mampu menghadirkan kepuasan pelanggan.
- d) Fokus pada pengembangan inovasi produk & layanan sehingga memiliki ciri khas (USP) tersendiri, dan memiliki model bisnis serta strategi yang berbeda dengan pemain lain di bidang industri yang sama.
- e) Memperkuat jaringan baik supplier maupun mitra untuk bisa menekan HPP dan memastikan keamanan stok bahan baku yang diperlukan.
- f) Senantiasa berfokus pada pengembangan SDM, pembentukan culture, citra baik perusahaan, dan menjunjung value atau nilai-nilai perusahaan.
- g) Menginvestasikan laba ditahan untuk fokus pengembangan perusahaan, sehingga dapat beroperasi dalam skala 10x lipat lebih besar dari sebelumnya dalam kurun waktu 5 tahun. (Dimulai pada tahun 2024)

Logo Bisnis



Gambar 1.1 Logo Bisnis

Pemilihan nama Dewi Media Lestari didasarkan pada perjalanan panjang dalam membangun usaha yang dimulai sejak tahun 2011. Pada masa awal merintis usaha, keterampilan desain grafis yang dimiliki digunakan sebagai modal utama dalam menjalankan bisnis sebagai seorang freelancer. Pada awalnya, berbagai jenis pesanan desain grafis diterima, mulai dari desain poster, brosur, kartu nama, buku, agenda, dan berbagai produk desain lainnya, hingga proses percetakan juga dikerjakan secara mandiri. Pada periode tersebut, usaha yang dijalankan belum memiliki nama resmi dan hanya dikenal dengan nama pribadi, yaitu Dewi. Nama Dewi yang digunakan untuk usaha tersebut memang berbeda dengan nama yang tertera dalam akta kelahiran dan KTP, namun berdasarkan pengalaman pribadi, nama tersebut memberikan makna positif dan keberuntungan dalam perjalanan hidup.

Seiring berjalannya waktu dan semakin banyaknya pelanggan yang dilayani, serta semakin dikenal dalam industri desain grafis, pada tahun 2015, keputusan diambil untuk memberikan nama resmi pada usaha ini dengan menggunakan nama Dewi Lestari. Penambahan kata "Lestari" menggambarkan nilai yang ingin ditanamkan dalam usaha ini, yaitu ketahanan dan kelangsungan yang terus terjaga. Selain itu, kata "Media" ditambahkan di tengah nama Dewi dan Lestari untuk lebih mencerminkan filosofi yang mendasari usaha ini. Dewi Media Lestari dipilih sebagai nama perusahaan dengan harapan dapat mencerminkan

peran Dewi sebagai media yang dapat melestarikan dan menjaga brand atau citra pelanggan yang dilayani, sekaligus menjadi agen yang mampu untuk terus berkembang dan menumbuhkan potensi, baik dalam aspek bisnis maupun hubungan dengan pelanggan.

Pemilihan warna dalam logo dan branding juga dipertimbangkan dengan matang. Biru dan oranye dipilih sebagai profil warna yang mewakili nilai-nilai usaha ini. Warna biru melambangkan profesionalisme, kestabilan, dan kepercayaan, yang merupakan kualitas yang sangat dihargai dalam industri ini. Di sisi lain, warna oranye dipilih karena melambangkan kehangatan, energi, dan keterbukaan, yang diharapkan dapat menciptakan hubungan yang lebih manusiawi dan lebih dekat dengan pelanggan. Melalui pemilihan warna ini, diharapkan Dewi Media Lestari dapat terus memberikan layanan yang tidak hanya profesional, tetapi juga penuh dengan kehangatan, menciptakan atmosfer yang ramah dan fleksibel, baik dalam berhubungan dengan pelanggan maupun dalam interaksi antar anggota tim internal perusahaan.

Selain itu, logo huruf "D" yang dipilih sebagai identitas visual perusahaan juga memiliki makna filosofis yang mendalam. Logo ini menggambarkan proses pertumbuhan dan pelestarian, yang menunjukkan bahwa segala sesuatu yang bergabung dengan Dewi Media Lestari akan berkembang, baik itu dalam hal brand atau citra yang dimiliki oleh pelanggan, maupun dalam hal pengembangan sumber daya manusia yang terlibat dalam tim internal. Dengan demikian, logo ini bukan hanya sekadar simbol visual, tetapi juga mewakili komitmen perusahaan untuk senantiasa menumbuhkan dan melestarikan setiap aspek yang ada dalam proses bisnis, baik itu ide, kreativitas, maupun hubungan yang terjalin.

Secara keseluruhan, Dewi Media Lestari berusaha untuk menciptakan sebuah budaya kerja yang mengedepankan profesionalisme, namun tetap menjaga nilai-nilai kekeluargaan dan kehangatan. Hal ini diharapkan dapat tercermin dalam setiap aspek bisnis, mulai dari cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan, hingga bagaimana tim internal bekerja sama secara harmonis dan fleksibel. Dengan filosofi ini, Dewi Media Lestari bertujuan untuk tidak hanya memberikan layanan yang berkualitas tinggi, tetapi juga untuk menciptakan hubungan yang langgeng

dan saling menguntungkan dengan setiap pihak yang terlibat dalam ekosistem perusahaan.

