

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Progres jasa Kesehatan di Indonesia perlahan mengalami percepatan setelah memasuki era yang semakin *modern* dan canggih. Oleh karena itu, fasilitas alat kesehatan di Indonesia juga berkembang pesat sehingga membutuhkan produksi massal alat kesehatan untuk Industri Kesehatan untuk memenuhi kebutuhan peralatan dan layanan kepada masyarakat rumah sakit. Rumah Sakit dan abses merupakan fasilitas kesehatan utama di Indonesia dengan bantuan peralatan medis dan berdampak besar terhadap kelangsungan kesehatan masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, fasilitas pelayanan Kesehatan dinyatakan sebagai tempat atau badan yang digunakan untuk menyelenggarakan usaha pelayanan kesehatan dalam rangka mencegah sakit, promosi, pengobatan, dan memulihkan Kesehatan. Baik dari pemerintah pusat maupun daerah dan oleh masyarakat setempat atau sekitar (Dikutip dari <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2009/36tahun2009uu.htm> pada 10 Maret 2022 pukul 20.15).

Program Pemerintah menurut Tahun 2015, tentang akselerasi produksi pada negara Indonesia menciptakan pengembangan pada alat kesehatan dan farmasi dalam tiap masing-masing Industri secara cepat dan tepat. Untuk mencapai Strategi Kementerian Kesehatan dalam Tahun 2020-2024 ini, mereka menghimbau dan menaruh upaya pada setiap Industri, supaya tidak tertinggal dalam bersaing dengan Industri Alat Kesehatan dan Farmasi luar negeri dan mendorong kemajuan Industri di Indonesia menggunakan cara memperkuat pelayanan sumber daya manusia, berinovasi dan punya daya produktif membuat produk lokal. Kebijakan strategis tadi juga buat mempertinggi Indonesia dalam faktor perekonomian negara, bahkan selama masa Pandemi pada sektor Perindustrian Alat Kesehatan dan Farmasi mengalami peningkatan permintaan yang tinggi (*High Demand*). Meski beberapa jenis alat kesehatan masuk dalam 10 besar peringkat nilai produksi lokal, tetapi nilai

transaksi di pasar alat kesehatan tetap sama dan masih dipegang tinggi oleh produk luar negeri, terlihat dari jumlah transaksi alat kesehatan yang tercatat dalam statistik e-katalog, keseluruhan dana 18,8 triliun, terbukti dari jumlah hanya sekitar 2,3 triliun atau 12% pengeluaran seluruh biaya untuk alat Kesehatan dalam negeri. Oleh karena itu, Industri Kesehatan dan Farmasi memerlukan upaya atau langkah-langkah untuk kedepannya, seperti keseimbangan kerja sama harmonis antara pemerintah, provinsi, kota, pengusaha, institusi medis akademik dan UMKM pembuat kalibrasi alat kesehatan yang tersebar di berbagai kota seperti kota-kota besar, khususnya di Jawa Barat.

Terbukti dari perkembangan ekonomi hingga saat ini kota Bandung masih terkenal dengan berbagai jenis kemasan produk yang memiliki harga terjangkau dan kualitas yang terjamin. Karena Indonesia masih berada di jenjang pembangunan, terdapat kelemahan dan kendala dalam hal mengembangkan industrialisasi modern untuk memaksimalkan dan memanfaatkan potensi perdagangan jangka panjang produk lokal, akibat pengaruh Covid-19 dan kuatnya persaingan usaha antar UMKM pembuat kalibrasi semakin melonjak di Provinsi Jawa Barat, kemudian terjadi penurunan pendapatan dari produksi di berbagai UMKM yang memasarkan produk kalibrasi. Penurunan signifikan bagi UMKM kalibrasi sebagaimana terpantau Katadata *Insight Center* (KIC) hingga 70% saat pandemi berlangsung (Setyowati, 2021).

Kemasan sendiri sangat berguna untuk melindungi sebuah produk yang nanti akan dijual. Menurut Sri Julianti, dengan bukunya berjudul *The Art of Packaging* menyimpulkan serangkaian fungsi kemasan adalah untuk melindungi produk, membantu distribusi produk ke media dan merek ke para pelanggan konsumen (Julianti, 2014).

Hingga saat ini, kemasan digunakan tidak hanya sebagai pelindung saja, tapi juga dapat digunakan sebagai sarana promosi untuk banyak pelaku komersial. Dengan menggunakan bermacam kondisi saat ini, kemasan juga berfungsi sebagai alat penyampaian komunikasi untuk setiap produk. Seperti dalam satu kegiatan acara keluarga, acara arisan hingga acara organisasi, bahkan event besar yang memungkinkan untuk memakai kemasan secara mobilitas. Kemasan tersebut

menjadi media alternatif dan juga sebagai “*Silent Vendor*” untuk mempromosikan produk-produk. Di samping itu kemasan juga berisi banyak informasi penting yang dapat membantu penjualan seperti perkataan dari buku yang berjudul “*Packaging Technology Fundamentals, Materials and Processes*” pada kemasan harus terdapat informasi jelas seperti nama produk, kegunaan produk (jika diperlukan), volume, berat, alamat dan nama produsen, tanggal *expired*, dan bahan-bahan (Anne Emblem dan Henry Emblem, 2012). Pertempuran menjual produk bukan hanya sebatas unggul atau teknologi canggih, tapi juga dalam upaya mencapai nilai tambah bagi memberikan manfaat emosional kepada para pembeli. Usaha mencoba yang dapat diambil untuk menghadapi persaingan komersial yang semakin sengit dengan melalui desain kemasan.

Sebagai salah satu pemikat untuk setiap produk yang dijual, merupakan bentuk fungsi dari desain kemasan. Maka kemasan merupakan suatu dorongan karena dapat dilihat langsung konsumen. Karena itu, kemasan harus mampu mempengaruhi penilaian konsumen terhadap setiap produk yang akan dibeli. Sampai saat ini produk alat kalibrasi di Indonesia masih belum bisa dikemas secara *modern* dan terlalu sederhana, yaitu memakai karton box. Kemasan produk kalibrasi saat ini terlalu sederhana dibandingkan dengan waktu dan permintaan pasar terkini. Pesaing di pasar sudah menerapkan sejumlah besar desain kreatif untuk setiap kemasan produknya, hal tersebut membuat produk PT. Fania Ers Pratama masih terbelakang dari sisi kemasan kalibrasi. Untuk menangani masalah itu, PT. Fania Ers Pratama membutuhkan opsi membuat kemasan kalibrasi yang mumpuni sesuai dengan pasar lokal dan Internasional sehingga modernisasi kemasan dapat tercipta dan untuk membantu daya saing dalam berinovasi dan meningkatkan daya jual produksi kemasan.

Melihat dari permasalahan yang ada, Maka banyak pertimbangan dalam menghasilkan sebuah kemasan, agar lebih memukau, menjaga kualitas produk, dan efisien, dari hal sekecil itu juga meninggikan nilai penjualan dan memberi pengaruh kuat kepada pemasaran itu sendiri, nantinya berguna dalam memperoleh pemasukan di sektor Industri Alat Kalibrasi serta berpengaruh terhadap kenaikan jumlah pendapatan Negara Indonesia (Rahardjo, 2019). Diharapkan perancangan

kemasan bisa menyokong penjualan produksi dan pendapatan UMKM lokal pembuat alat kalibrasi. Serta dapat memikat hati para investor untuk membuat koneksi dengan UMKM-UMKM kalibrasi di Provinsi Jawa Barat.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, maka ada masalah yang dijadikan sebagai titik kajian, yakni:

1. PT. Fania Ers Pratama selaku UMKM pembuat kalibrasi alat kesehatan di Provinsi Jawa Barat menemui titik kemerosotan dari segi penjualan produksi serta pendapatan ekonomi sebab dari wabah Covid-19 dan ketatnya kompetisi antar UMKM kalibrasi.
2. Kurangnya media informasi yang sesuai fungsi dan desain terlalu sederhana, sehingga kurang memikat para konsumen.
3. Bentuk media informasi alat kalibrasi ukurannya sangat besar yang efeknya efisiensi berkurang, sehingga perlu mengubah bentuk jadi praktis.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana cara merancang suatu media informasi pada PT. Fania Ers Pratama untuk produk alat Kalibrasi dengan menarik dan baik?

1.3 Ruang Lingkup

Terdapat aspek lingkup permasalahannya, yakni:

1. Apa

Merancang suatu media informasi yang berguna untuk alat-alat kalibrasi pada “PT. Fania Ers Pratama” dengan efisien dan menarik.

2. Siapa

Target pasaran utama ialah Instansi Rumah Sakit dan Klinik, yang di dalamnya terdapat orang sudah berusia lanjut atau sekitar usia 40-45 tahun. Letaknya di perkotaan dan memiliki pekerjaan seperti wirausahawan dan pengusaha dengan kelas sosial dari menengah sampai ke atas.

3. Mengapa

Perancangan media informasi ini dibuat dikarenakan masih kurangnya tampilan yang menarik dan menyesuaikan dengan kebutuhan para pengguna dan alat kalibrasi.

4. Bagaimana

Pada perancangan media informasi lebih dipusatkan kepada tampilan jelas dan pertimbangan teknis struktur, ukuran, komponen, bahan secara tepat atau efisien sesuai kebutuhan pengguna.

5. Dimana

Dalam menyatukan semua data dikerjakan di Kota Depok, Kecamatan Pancoran Mas, sedangkan *progress* rancangan digarap di Kota Bandung, Kecamatan Bojongsoang.

6. Kapan

Dalam *progress* rancangan digarap dari tanggal 12 Maret sampai dengan 14 Agustus 2022.

1.4 Tujuan Perancangan

Dari perancangan yang telah disebut, maka tujuan yang didapat, yakni:

1. Memberi terobosan desain baru dan menaikkan mutu media informasi pada PT. Fania Ersa Pratama untuk produk Kalibrasi yang tepat dan menarik konsumen.
2. Memberikan media informasi pada produk kalibrasi PT. Fania Ersa Pratama agar dapat berkembang dan dikenal oleh pembeli dari dalam negeri maupun asing.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mendapatkan berbagai data yang akan dipakai pada perancangan ini sebagai berikut:

1. Observasi

Suatu aktivitas yang memerlukan meninjau terhadap objek-objek disekitarnya untuk mendapatkan sebuah keterangan dari berbagai sumber dengan hasil autentik.

2. Wawancara

Sebuah aktivitas yang dijalani secara lisan antara satu orang dengan orang lain secara lisan demi memperoleh atau mempertukarkan seluruh data laporan yang dapat disimpulkan tentang suatu fenomena.

3. Kuesioner

Menyatukan berbagai jenis opini melalui postingan *online* yang nanti dijawab oleh responden dan menghubungkan semua hasil survei dari pikiran orang yang berbeda-beda.

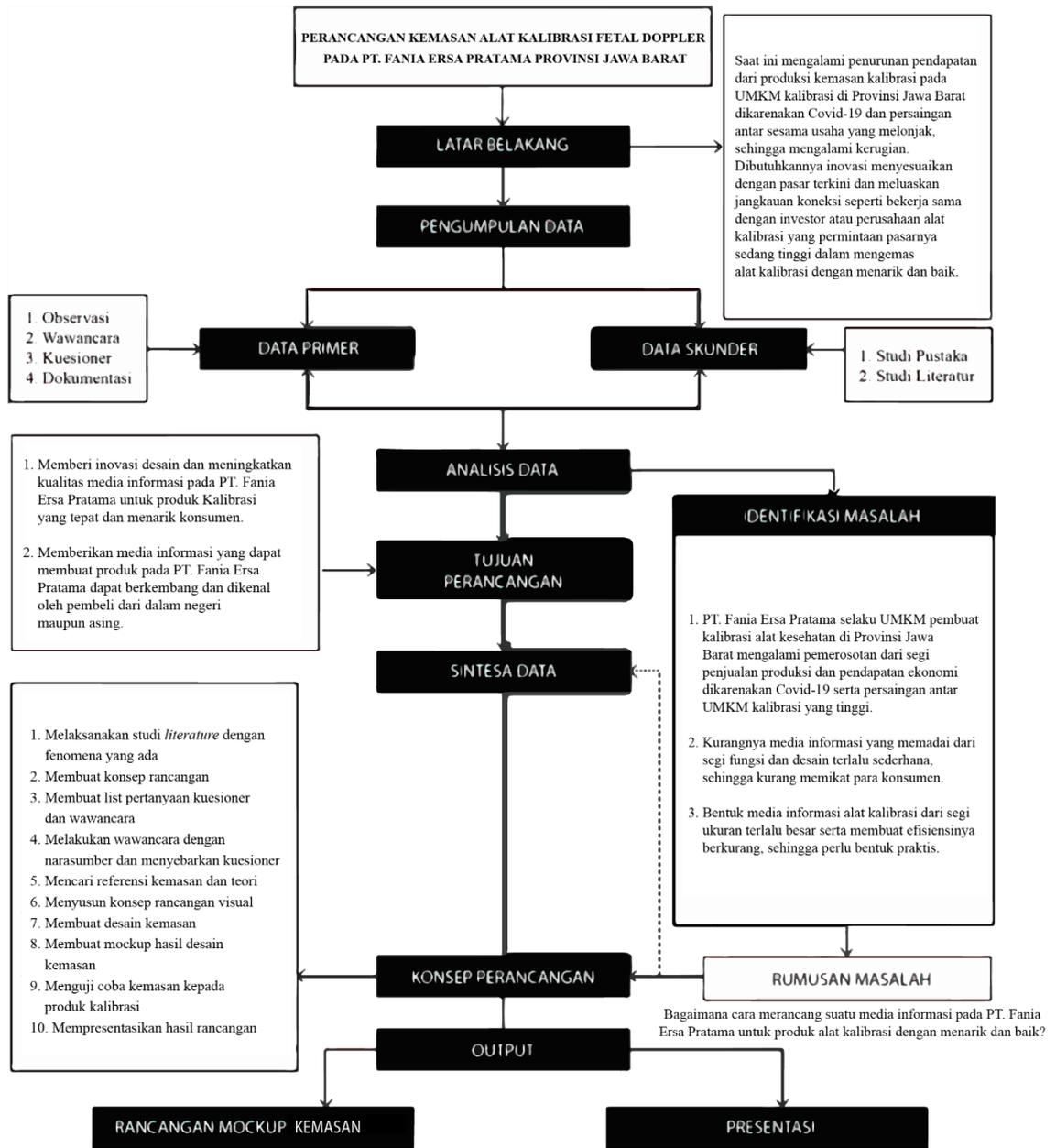
4. Studi Pustaka

Metodenya ialah menyatukan hasil data-data kutipan tekstual, web di setiap internet, dan jurnal yang telah diteliti oleh berbagai sumber untuk menemukan jawaban dari informasi tersebut.

1.5.2 Metode Pengolahan Data

Perancangan Tugas Akhir diperlukan tata cara menelaah tiap data. Metode analisis AISAS dan Matriks yang dipilih oleh Penulis. Untuk analisis AISAS menggunakan model analisis seperti perhatian (*attention*), ketertarikan (*interest*), pencarian (*search*), tindakan (*action*), berbagi (*share*) (Dentsu, 2012). Terakhir, analisis matriks yang dilakukan dengan cara membandingkan hasil data dari penelitian yang sudah ada sebelumnya (David, 2009).

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: Rifany Inaya E.P, 2022

1.7 Pembabakan

Dari hasil deskripsi sistematis rancangan ini, yakni:

BAB I PENDAHULUAN

Mencakup latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, pengumpulan data dan analisis data, kerangka rancangan dan keterangan dalam setiap bab perancangan ini.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Dasar Pemikiran ialah mengandung teori dari tiap sumber valid, yang dapat digunakan sebagai referensi untuk mengimplementasikan perancangan yang akan dibuat nanti.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Analisis data ialah proses uraikan data relevan untuk memilah suatu informasi yang telah dikumpulkan. Informasi tersebut mengandung banyak referensi yang bermanfaat untuk proses menarik hasil semua variabel.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Memberikan gambaran rinci tentang langkah-langkah yang terlibat saat merancang media visual untuk mendapatkan konsep dan hasil yang sesuai dengan teori-teori sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan hasil dari ulasan perancangan yang telah dijabarkan dan dilakukan oleh perancangan tersebut.