

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat mulai menyadari bahwa korporasi besar bukanlah satu-satunya yang menjadi penopang perekonomian suatu negara atau wilayah. Tidak dapat dipungkiri bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam perekonomian suatu daerah, memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah, dan berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja di semua kelas sosial. Manonjaya merupakan salah satu kota di Tasikmalaya yang menawarkan beragam makanan khas yang berpotensi menjadi salah satu usaha UKM yang menjanjikan, khususnya produk makanan ringan seperti pisang goreng, keripik kentang, krispi, opak dan produk lainnya yang berkontribusi terhadap perekonomian. pertumbuhan Bangsa. Kota Tasikmalaya

Banyak produsen kecil keripik pisang di Kota Tasikmalaya yang tidak memperhatikan desain kemasan yang hanya menggunakan plastik bening dan stapler, sehingga juga membatasi kreativitas dan kurang menarik bagi konsumen. Hal inilah yang menyebabkan produk usaha kecil dan menengah tidak berkembang dan sulit bersaing dengan produk sejenis namun kemasan bagus yang dijual di toko serba ada.



Gambar 1. 1 Jenis kemasan

Sumber : google.com

Elemen desain pada kemasan memegang peranan penting dalam branding dan penjualan, terutama bagi usaha kecil dan menengah. Tanpa desain yang berkualitas dan profesional, strategi branding melalui kemasan akan sulit diterapkan. Karena elemen desain menciptakan persepsi tersendiri bagi calon konsumen terhadap suatu produk yang pada akhirnya akan mengarah pada pembelian. Namun UMKM tersebut kurang memperhatikan kemasan produknya karena kurangnya edukasi dan masih banyak UMKM yang kesulitan dalam meningkatkan pangsa pasar produknya.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

- a. Banyaknya kemasan yang kurang baik dan relevan dengan produknya.
- b. Kurangnya kesadaran pelaku umkm terhadap branding melalui kemasan.
- c. Pangsa pasar pelaku UMKM terbatas dan kurangnya kesadaran para pelaku umkm pada industry kreatif

1.2.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana membuat Desain Kemasan yang efektif yang menarik minat konsumen?
- b. Bagaimana menambah pangsa pasar produk UMKM melalui Kemasan?
- c. Bagaimana meningkatkan penjualan produk UMKM dan mempromosikan daerah UMKM melalui Desain kemasan itu sendiri?

1.3 Ruang Lingkup

Keterbatasan masalah dibuat agar penelitian ini dapat tepat sasaran. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Objek perancangannya adalah kemasan produk penulis khususnya produk keripik pisang yang didesain kurang indah dan wajar. Target perancangan desain kemasan ini adalah pelaku umkm dengang produk keripik pisang di Kota Tasikmalaya. Seluruh proses penelitian ini dilakukan pada bulan oktober 2022 - desember 2022 Proses perancangan ini dilakukan di Kota Tasikmalaya, Jawa

Barat. Penelitian bertujuan untuk membantu serta mengedukasi dan membuat desain kemasan untuk para pelaku umkm agar memerhatikan desain kemasan pada produk mereka.

Tujuan penelitian dicapai dengan penggunaan desain kemasan pada produk pelaku umkm dieksekusi dengan baik dan benar agar membuat konsumen tertarik

1.4 Tujuan Penelitian

Membuat Desain Kemasan keripik pisang UMKM yang efektif dan menarik minat konsumen untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar serta membuat Desain kemasan yang dapat mempromosikan daerah asal UMKM.

1.5 Metode pengumpulan data

Metode penelitian deskriptif kualitatif menurut Sugiyono (2016:9), menggunakan filosofi post-positivisme dan digunakan untuk mempelajari kondisi alam suatu objek (sebagai lawan dari pengalaman). Dalam metode ini peneliti berperan sebagai alat pengumpulan data utama yang dilakukan melalui triangulasi, analisis data induktif/kualitatif dan hasil penelitian lebih menekankan pada kebermaknaan data, bukan generalisasi. Tujuan penelitian deskriptif kualitatif adalah mendeskripsikan, menggambarkan, menjelaskan, dan memberikan pemahaman yang lebih rinci mengenai permasalahan yang diteliti melalui kajian mendalam terhadap individu, kelompok, atau peristiwa tertentu. . Dalam penelitian kualitatif, peneliti menggunakan orang sebagai alat utama dan hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Data tersebut dapat diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, foto, rekaman video, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen lainnya.

1.5.1 Pengumpulan Data

A. Observasi

Dalam penelitian ini observasi di lakukan dengan membeli produk umkm yang berada di Manonjaya Kota Tasikmalaya.

B. Wawancara

Pada tahapan ini bentuk kegiatan yang dilakukan adalah melakukan sesi tanya-jawab kepada pelaku umkm dan desainer kemasan secara langsung dan daring via google meet. akan dilakukan kepada : Ahli bidang packaging atau kemasan, owner umkm Manonjaya, dan para konsumen yang sudah pernah membeli produk dari umkm Manonjaya.

C. Kuesioner

Pada tahap ini kegiatan dilakukan dengan mencatat pertanyaan-pertanyaan pada Google Form kemudian menyebarkannya melalui akun media sosial seperti Line, Whatsapp dan Instagram kepada target audiens objek penelitian.

1.5.2 Analisis Data

Saat menganalisis data yang dikumpulkan, perlu menggunakan beberapa metode yang tepat untuk mencapai hasil yang diinginkan. Beberapa metode yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Analisis Matriks

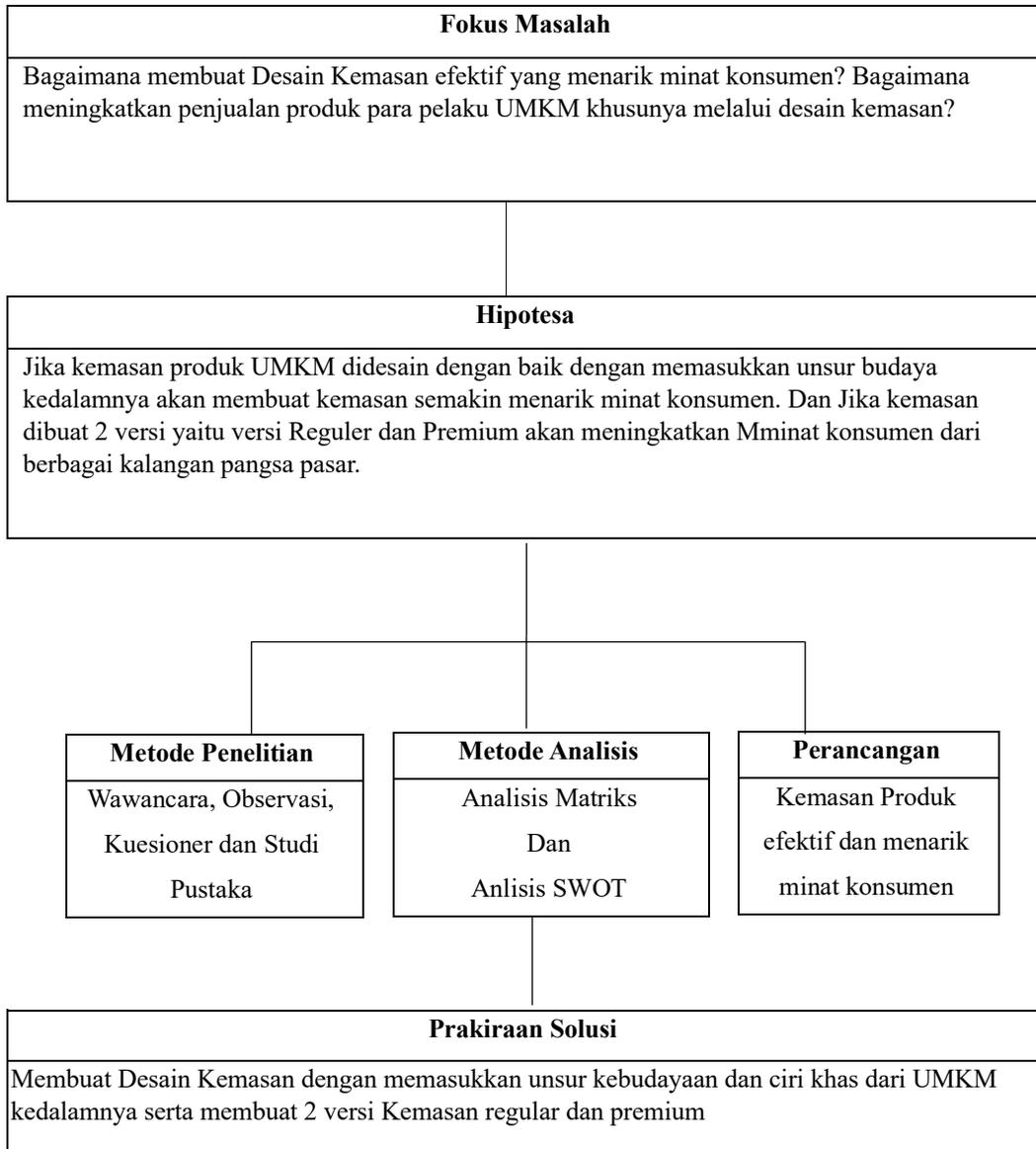
Analisis matriks adalah salah satu metode analisis data melalui tabel perbandingan yang berisi elemen dari beberapa karya terkait untuk nantinya dibandingkan persamaan dan perbedaannya. (Soewardikoen, 2019:104) Metode ini nantinya akan digunakan untuk membandingkan beberapa contoh kemasan untuk melihat mana yang secara visual paling efektif dan efisien. . Analisis matriks digunakan pada proses perbandingan objek visual penelitian dengan pesaingnya. Data-data yang dibandingkan antara lain Warna, gambar, tipografi, nama merk dan bentuk.

2. Analisis SWOT

Menurut Soewardikoen (2019) metode SWOT digunakan untuk menganalisis dan membandingkan faktor-faktor pada perancangan ini yang nantinya dipilih salah satu kotak yang dapat digunakan sebagai strategi dalam merancang agar dapat lebih efektif. SWOT dan threat atau ancaman.

1.6 Kerangka Penelitian

Fenomena
Banyaknya kemasan yang kurang baik dan kurang relevan dengan produknya dan Desain kemasan para pelaku umkm khususnya pada produk keripik pisang ini kurang menarik konsumen yang membuat rendahnya penjualan produk.
Latar Belakang
Banyaknya usaha kecil penjualan produk pisang goreng di kota Tasikmalaya yang tidak memperhatikan desain kemasan yang hanya menggunakan plastik transparan dan peniti, sehingga meminimalisir kreatifitas dan peniti. kurang menarik bagi konsumen. Hal inilah yang menyebabkan produk-produk usaha kecil dan menengah tidak berkembang dan sulit bersaing dengan produk-produk sejenis namun dengan kemasan cantik yang dijual di pasaran atau di pasar kecil. Elemen desain pada kemasan memegang peranan penting dalam branding dan penjualan terutama untuk usaha kecil dan menengah. Tanpa desain yang berkualitas dan profesional, strategi branding melalui kemasan akan sulit diterapkan. Karena elemen desain menciptakan persepsi tersendiri bagi calon konsumen terhadap suatu produk yang pada akhirnya akan mengarah pada pembelian. Namun para UMKM ini kurang memperhatikan kemasan produknya karena kurangnya edukasi dan banyak UMKM yang masih kesulitan dalam pendanaan penggunaan desain kemasan yang cantik untuk produknya. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor yang membuat usaha kecil menengah kurang tertarik dengan desain kemasan produknya.
Identifikasi Masalah
<ul style="list-style-type: none">•Banyaknya kemasan yang kurang baik dan relevan dengan produknya.•Desain kemasan para pelaku umkm khususnya pada produk keripik pisang ini kurang menarik konsumen yang membuat rendahnya penjualan produk.•Kurangnya kesadaran pelaku umkm terhadap branding melalui kemasan.•Tidak sedikit pelaku umkm memiliki prinsip asalkan produk bagus dan berkualitas akan laku keras di pasaran tanpa memikirkan desain kemasannya.•Kurangnya kesadaran para pelaku umkm terhadap industry kreatif.



Tabel 1. 1 kerangka berfikir

1.7 Pembabakan

Dalam penulisan perancangan ini, peneliti membaginya menjadi empat bab. Secara garis besar, setiap bab menjelaskan hal-hal sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Pembahasan mengenai Latar Belakang permasalahan diikuti dengan identifikasi dan rumusan masalah dengan ruang lingkup penelitian, lalu disertakan juga

tujuan, manfaat, dan metode penelitian. Lalu dicantumkan juga tabel kerangka penelitian.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Berisikan sumber pustaka yang dijadikan acuan untuk melakukan perancangan penelitian ini seperti Perancangan, Kemasan, desain komunikasi visual hingga detail unsur, prinsip, dan elemen pada desain grafis.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS

Data yang berasal dari pemberi proyek, wawancara, data produk, data proyek sejenis, dan observasi dianalisis hingga mendapatkan kesimpulan sebagai bahan dasar melakukan perancangan.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Seluruh konsep perancangan seperti konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, konsep visual, konsep komunikasi, dan konsep bisnis dijelaskan secara rinci hingga ditutup dengan hasil perancangan.