

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas muslim dan kegiatan memberi, tukar menukar *hampers* dan bingkisan ketika hari raya menjadi tradisi yang telah dilakukan sejak lama. Yurivito (2021) Mengatakan bahwa, tradisi tukar menukar *hampers* bermula di benua Eropa, tradisi memberi dan menukar *hampers* dan bingkisan telah ada sejak ratusan tahun yang lalu. Awalnya, *hampers* tidak terkait dengan bingkisan untuk hari raya keagamaan. Tetapi pada saat itu dimaksudkan untuk diberikan kepada mereka yang mengalami kesulitan makanan dan minuman yang dapat disimpan untuk waktu yang lama. Pengertian *hampers* berbeda dengan yang pertama kali ditemukan di masa sekarang, *hampers* mulai didefinisikan sebagai hadiah yang memiliki banyak variabel dan tidak hanya berisi keduanya makanan dan minuman. Bentuk *hampers* sangat beragam dan dapat disesuaikan sesuai keinginan pembeli. Fungsi *hampers* identik digunakan pada hari besar keagamaan dan adat istiadat seperti lebaran, imlek, natal dan sebagainya, dengan isi yang beraneka ragam. Seiring bertumbuhnya perkembangan zaman pada saat ini ada banyak usaha-usaha yang menyediakan paket *hampers* ketika menjelang hari besar keagamaan salah satunya yaitu bidang industri makanan.

“Dapur Ibu Alka” merupakan usaha *homemade* kue kering dengan sistem *online store* yang telah memulai usahanya sejak April 2020 berlokasi di Kabupaten Bekasi dan dikelola oleh perorangan. “Dapur Ibu Alka” merupakan *home industry* dengann cara penjualannya dibuat berdasarkan pesanan *Purchase Order (PO)* dan cara pemasarannya yaitu melalui media sosial seperti *instagram*, *facebook* dan *whatsap*. Awal mulanya mereka hanya memperkenalkan kue kering dengan teman dekat mereka seperti keluarga, tetangga sekitar. Produk yang ditawarkan adalah seperti kue kering nastar, kastengel, kue kacang, putri salju dan lidah kucing. Usaha ini juga sering menerima pesanan *hampers* untuk

hari-hari besar keagamaan. Pemilik usaha Dewi Ratnasari (2023) mengatakan bahwa permintaan pesanan kue kering dalam bentuk parcel atau *hampers* meningkat mencapai 30%-60% ketika hari-hari besar keagamaan. Baik saat lebaran, natal, imlek dan hari besar lainnya.

Selama tiga tahun sejak didirikannya usaha *home industry* ini “Dapur Ibu 4 Alka” mengamati adanya lonjakan permintaan hampers untuk hari raya. namun dengan adanya lonjakan permintaan hampers menyebabkan persaingan ketat antar kompetitor, sehingga hal ini cukup berdampak bagi usaha. faktor yang menjadi kendala untuk bersaing dengan kompetitor yaitu teknik pengemasan hampers yang sekarang digunakan oleh “Dapur Ibu Alka” tidak ada bedanya dengan kompetitor karena kompetitor juga menggunakan sistem kemasan yang sama, yaitu sama-sama dikemas menggunakan kain tile, atau menggunakan kemasan siap pakai, Selain itu faktor kerusakan produk yang disebabkan karena kemasannya tidak mempunyai sistem fitur pengamanan menyebabkan kerusakan produk pada saat proses distribusi sehingga menimbulkan banyaknya komplain kerusakan produk dari konsumen. Soehartono et al. (2023) Mengatakan bahwa dengan modal pembangunan bisnis yang tidak terlalu mahal membuat persaingan antar kompetitor bisnis hampers menjadi semakin ketat membuat pengrajin hampers wajib mengeluarkan usaha ekstra dengan tuntutan yang lebih inovatif dan kreatif untuk memasarkan produk dan jasa agar dilirik oleh calon pembeli.

Berdasarkan latar belakang di atas, dengan melihat adanya peluang untuk memanfaatkan hampers sebagai salah satu strategi untuk mendongkrak penjualan dan menampilkan variasi produk yang beragam kepada konsumen. Karena didasari oleh meningkatnya permintaan pesanan hampers ketika hari besar keagamaan. Maka dengan melakukan perancangan ulang yang dapat menampilkan identitas karakteristik “Dapur Ibu Alka” melalui kemasan hampers, diharapkan dapat memberikan kesan yang *memorable* bagi pembeli. Hal ini dilakukan untuk membuat produk kue kering “Dapur Ibu Alka” bisa dikenali dan selalu diingat oleh pembeli. Serta dengan membuat desain kemasan

hampers yang mempunyai sistem pengamanan agar dapat melindungi produk dengan itu di harapkan mampu mengurangi masalah kerusakan produk selama proses pengiriman maupun penyimpanan. Sri Julianti (2014) mengatakan bahwa jika pemilik usaha menginginkan produk tampil lebih baik di dalam toko (di-display) lebih baik dari produk kompetitor maka tentunya pemilik usaha harus membuat kemasan yang tampak lebih bagus sehingga orang akan memilih produk buatan kita ketimbang memilih produk yang lain. Kemudian jika target *user* memberikan hadiah untuk teman atau oleh-oleh untuk keluarga, tentunya target *user* ingin teman atau keluarganya tersebut mempunyai kesan bahwa produk yang *user* berikan untuk mereka yang terbaik. Tentunya target *user* harus memilih produk yang baik kualitasnya, tetapi juga produk yang memiliki kemasan yang baik.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya sistem pengamanan pada kemasan yang menyebabkan kerusakan produk pada proses distribusi.
2. Kemasan yang saat ini digunakan “Dapur Ibu Alka” belum menampilkan identitas yang dapat dikenali dari kompetitor sejenis yang menggunakan metode pengemasan yang serupa.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas pada perancangan ini yaitu, penerapan sistem pengamanan pada kemasan yang dapat melindungi produk dari kerusakan. Serta pengaplikasian identitas merek melalui kemasan.

1.4. Pertanyaan Perancangan

1. Bagaimana merancang kemasan hampers secara struktur yang dapat melindungi produk dari kerusakan saat proses distribusi?
2. Bagaimana menampilkan identitas merek, agar merek dapat teridentifikasi melalui desain kemasan?

1.5. Tujuan Perancangan

1. Untuk menghasilkan perancangan kemasan *hampers* yang dapat menjaga produk dalam posisi terbaik agar tidak berubah saat proses distribusi.
2. Untuk menghasilkan perancangan desain kemasan yang dapat menampilkan identitas merek sehingga kemasan dapat diidentifikasi.

1.6. Batasan Perancangan

Banyaknya aspek yang berkaitan dengan cara perancangan *hampers* maka perlu adanya batasan agar perancangan tidak beda jauh dengan dengan tujuan. Berikut batasan masalah yang perlu diperhatikan

1. Perancangan kemasan *hampers* difokuskan pada struktur kemasan mempunyai tingkat keamanan yang dapat melindungi produk yang ada di dalamnya.
2. Perancangan kemasan *hampers* difokuskan pada target user yaitu ibu rumah tangga usia (25-40th)
3. Pemilihan material disesuaikan dengan kebutuhan pada produk yang akan dikemas di dalam *hampers*.
4. Ukuran dan Bentuk Kemasan *hampers* harus sesuai dengan ukuran dan bentuk produk yang dimasukkan didalamnya, yaitu toples berukuran 300gr dengan diameter 9cm, tinggi 6,1cm serta toples berukuran 500gr dengan diameter 8,8cm, tinggi 11,5cm.
5. Kemasan *hampers* memiliki ukuran yang tidak lebih dari 25x25x15cm, demi keamanan pada proses pengiriman.
6. Aspek visual kemasan yang dirancang dapat mengimplementasikan identitas baik secara gamblang maupun tersirat.

1.7. Ruang Lingkup Perancangan

Perancangan kemasan *hampers* berfokus pada desain kemasan *hampers* usaha *home industry* “Dapur Ibu Alka” sebagai produk referensi. Perancangan terutama berfokus pada struktur kemasan *hampers* khususnya pada penempatan display produk individu pada kemasan *hampers* yang dapat melindungi produk yang ada di dalamnya. Serta pengaplikasian aspek visual yang mengimplementasikan identitas merek.

1.8. Manfaat Perancangan

1. Pengetahuan : Memberikan kontribusi keilmuan untuk program studi Desain Produk dari perancangan sebuah kemasan hampers sebuah UMKM.
2. Masyarakat : Penelitian ini diharapkan mampu membantu pemilik UMKM untuk mengembangkan usahanya .
3. Industri : Perancangan ini diharapkan mampu menjadi inspirasi bagi industri/UMKM lain untuk melakukan redesain kemasannya agar produk mampu bersaing dengan kompetitornya.

1.9. Sistematika Penulisan Laporan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang perancangan ini, termasuk identifikasi , rumusan masalah, pertanyaan perancangan, tujuan perancangan, dan keterbatasan. perancangan, serta lingkup perancangan yang terkait dengan kekurangan variabel desain kemasan perawatan kulit untuk pria dengan menggunakan prinsip keinginan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memberikan penjelasan tentang penelitian literatur yang digunakan untuk perancangan. ini. Artikel dan e-jurnal yang digunakan juga dibahas dalam bab ini. tentang data lapangan yang diperoleh dari observasi, kuesioner, dan konsultasi.

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

Peranan ini menggunakan penelitian kuantitatif dan Perancangan mencakup metode perancangan dan analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab IV ini berisi tentang analisa perancangan dengan pertimbangan yang dikaji dari beberapa aspek yang kemudian dituangkan dalam hipotesis seperti Analisis 5W+1H dan TOR (*Term of Reference*).

BAB V SARAN DAN KESIMPULAN

Bab terakhir dari laporan perancangan ini berisikan saran untuk pengembangan perancangan ini serta kesimpulan yang didapatkan dari perancang