

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tulang punggung ekonomi Indonesia ditopang oleh UMKM, termasuk pada beberapa waktu terakhir. Menurut artikel dari kementerian koordinator bidang perekonomian, pada awal tahun 2025 jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta unit usaha sehingga dapat menyerap hampir 97% tenaga kerja dan menghasilkan 60% PDB (produk domestik bruto) nasional. [1]

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah UMKM yang ada di Indonesia sangatlah banyak. Di dalam jumlah yang banyak tersebut terdapat potensi terpendam yang sayang jika tidak digali lebih dalam. Namun mengembangkan potensi UMKM bukanlah hal yang mudah, dalam pelaksanaannya terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi sehingga jika ingin hasil yang optimal mengembangkan UMKM butuh kolaborasi dari berbagai pihak.

Salah satu contoh kolaborasi dari berbagai pihak untuk mengembangkan UMKM yaitu rumah BUMN. Rumah BUMN merupakan *corporate social responsibility (CSR)* dari berbagai badan usaha milik negara yang salah satu perannya adalah menjadi wadah kolaborasi berbagai pihak agar UMKM berkembang.

Saat laporan ini dibuat, dari Sabang sampai Merauke ada 244 rumah BUMN yang tersebar di lokasi strategis yang berbeda. 17 rumah BUMN ada di provinsi Jawa Tengah dan dua diantaranya ada di Pekalongan di bawah naungan BUMN BRI dan TELKOM. Rumah BUMN BRI Pekalongan bertugas membina UMKM di kabupaten Pekalongan, sementara rumah BUMN Telkom Pekalongan yang memiliki sebutan lain pusat batik Nusantara yang bertugas membina UMKM di kota Pekalongan terutama UMKM Batik.[2]

Pada penelitian kali ini penulis mendapat kesempatan untuk internship di salah satu rumah BUMN yang ada di kota Pekalongan yaitu rumah BUMN Telkom Pekalongan selama kurang lebih tiga bulan sebagai *graphics designer*. Selama periode *internship* tersebut penulis dapat mengumpulkan data

melakukan observasi dan wawancara agar mengenal UMKM batik yang ada di Pekalongan dengan lebih dekat.

Rumah BUMN tentunya memiliki beberapa program andalan, yang salah satunya yaitu memberikan kesempatan untuk UMKM terpilih mendapatkan calon pembeli baru melalui berbagai pameran UMKM. Dengan hadirnya pameran UMKM tersebut diharapkan pembeli akan semakin ramai sehingga omset yang didapat akan meningkat dan bisnisnya bisa tumbuh dan berkembang.

Selama proses pencarian data yang dilakukan melalui observasi kurang lebih tiga bulan *internship*, ada beberapa tantangan yang sering dihadapi UMKM batik ketika berjualan di pameran. Keterbatasan volume dan jumlah barang bawaan yang dibawa ke pameran. Padahal dari sudut pandang pengunjung, mereka akan kecewa jika produk yang diinginkan tidak ada di tempat tersebut. Akan tetapi jika UMKM datang ke pameran membawa terlalu banyak barang jualan memerlukan lebih banyak tenaga dan juga memiliki resiko yang lebih besar dibandingkan membawa barang secukupnya saja.

UMKM dituntut memberikan alternatif produk selengkap dan sefleksibel mungkin sehingga pembeli bisa menemukan produk yang diinginkan atau dibutuhkan. Salah satu solusi untuk mengatasi masalah tersebut yaitu bisa dengan katalog produk. Akan tetapi agar menarik bagi pembeli, katalog produk harus memiliki suatu keunikan.

Saat tugas akhir ini dibuat pemain *game* dan pengguna QRIS mengalami peningkatan jumlah pengguna yang cukup signifikan. Dua hal tersebut dapat dikombinasikan sehingga menjadi suatu inovasi yang baru. Katalog produk UMKM dapat dikemas dalam konsep *dress up game* sehingga dapat lebih menarik bagi generasi muda. Sedangkan *QR code* dapat dikombinasikan dengan batik sebagai media untuk pengunjung pameran mengakses *dress up game*.

1.2. Rumusan Masalah

- A. Bagaimana merancang katalog produk UMKM batik dengan konsep *Dress Up Game* ?
- B. Bagaimana merancang produk yang menggabungkan batik dan *QR Code* sebagai media penyimpanan *Dress Up Game* sebagai satu kesatuan *Design Service*?

1.3. Tujuan Perancangan

- A. Untuk merancang katalog produk UMKM batik dengan konsep *Dress Up Game*.
- B. Untuk merancang produk yang menggabungkan batik dan *QR code* sebagai media penyimpanan *Dress Up Game* sebagai satu kesatuan *Design Service*.

1.4. Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan menjelaskan kontribusi hasil penelitian atau perancangan bagi berbagai pihak, baik secara akademik maupun praktis. Manfaat perancangan dibagi menjadi tiga jenis sebagai berikut :

A. Keilmuan Desain produk

Bagi keilmuan desain produk diharapkan dapat menjadi inspirasi dan motivasi untuk penelitian penelitian selanjutnya. Terutama untuk penelitian yang ingin memadukan unsur teknologi dan budaya tradisional. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat memperkaya kajian desain produk yang bisa diterapkan di berbagai bidang seperti *UI UX design*, *game design*, *design service* dan *fashion design*.

B. Bagi Rumah BUMN dan UMKM

Bagi Rumah BUMN diharapkan penelitian ini dapat memancing kolaborasi untuk penelitian penelitian selanjutnya. Bagi UMKM diharapkan penelitian ini dapat menjadi contoh dan referensi untuk melakukan inovasi pengembangan katalog produk digital dengan pendekatan *dress up game* kedepannya.

C. Masyarakat

Bagi masyarakat diharapkan penelitian ini dapat memberi pengetahuan baru tentang bagaimana memadukan teknologi modern dan tradisional menjadi sebuah produk baru yang inovatif. Dalam jangka panjang diharapkan penelitian ini dapat diproduksi dan digunakan secara massal.

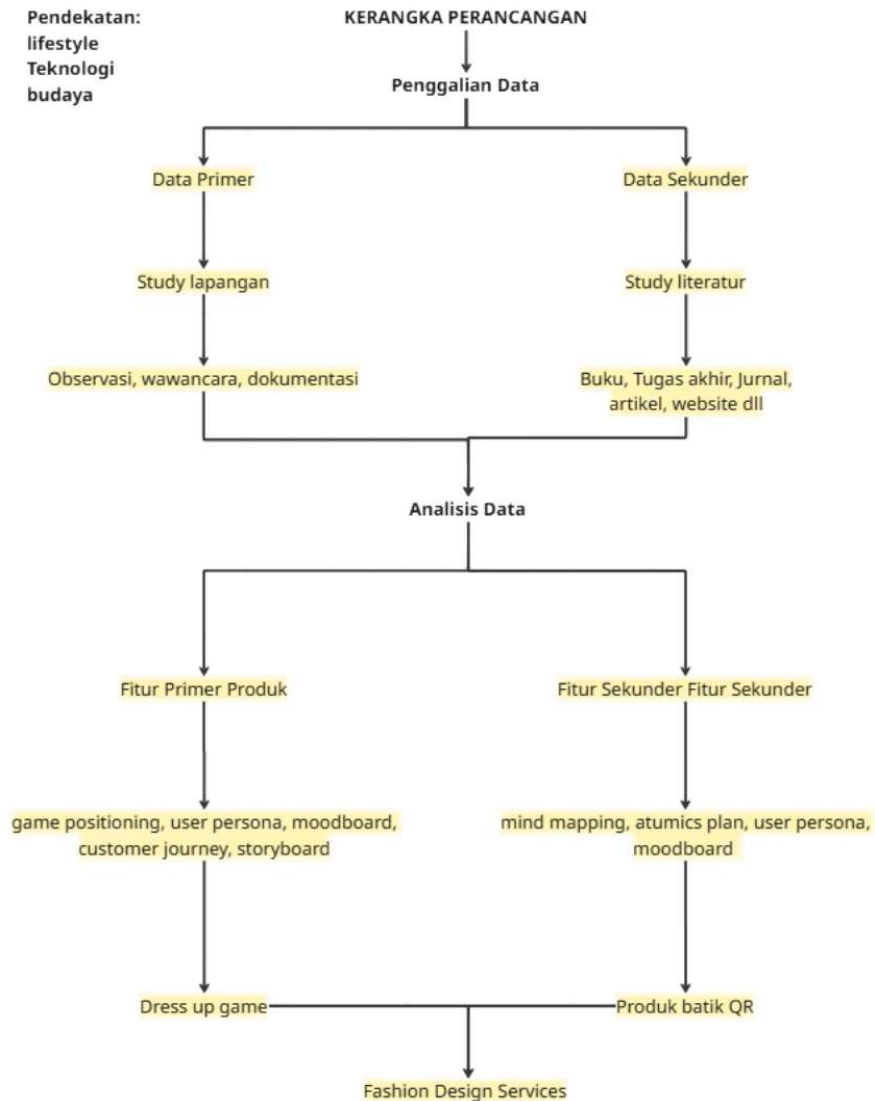
1.5. Ruang Lingkup Masalah

Dalam proses perancangan kali ini mengambil studi kasus UMKM binaan Rumah BUMN Telkom Pekalongan, hal ini dikarenakan Rumah BUMN Pekalongan berperan sebagai Pusat Batik Nusantara dan salah satu rumah BUMN teraktif di Jawa Tengah yang menjadi Rumah BUMN percontohan. Ruang Lingkup berfungsi untuk memfokuskan permasalahan agar lebih sederhana dan dapat diselesaikan dalam waktu dan sumberdaya yang terbatas.

1. Penelitian dilakukan selama 2 semester (12 bulan) dengan proses penggalan data di daerah Pekalongan.
2. Penelitian ini mengambil fokus pada perancangan prototype *dress up game* sebagai katalog produk UMKM fesyen di dalam produk batik *QR Code*.
3. Target utama pemain *dress up game* adalah anak anak usia 12 tahun keatas. Dan target utama pengguna produk batik *QR Code* adalah UMKM yang bergerak di bidang fesyen dan sering mengikuti pameran.

1.6. Metode Penelitian

Pada Perancangan *Dress Up Game* dan Batik *QR Code* kali ini, penulis mengambil pendekatan dari sisi *lifestyle*, teknologi, budaya.



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber : Dokumentasi Penulis

Pendekatan *lifestyle* digunakan untuk mengetahui perilaku pengguna serta masalah yang dihadapi. Pendekatan teknologi digunakan untuk mengetahui cara merancang batik *QR Code* dan *dress up game*. Sedangkan pendekatan budaya

digunakan untuk menemukan *insight* lebih tentang budaya batik.

A. Teknik Pengumpulan Data:

Penelitian ini bersifat kualitatif, sehingga proses penggalian data dibagi menjadi dua jenis data berdasarkan sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber yang akan dibahas dalam studi lapangan. Dalam penelitian tugas akhir ini, data primer diperoleh menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur yang didapat dari sumber berupa buku, tugas akhir, jurnal ilmiah, artikel, dan website.

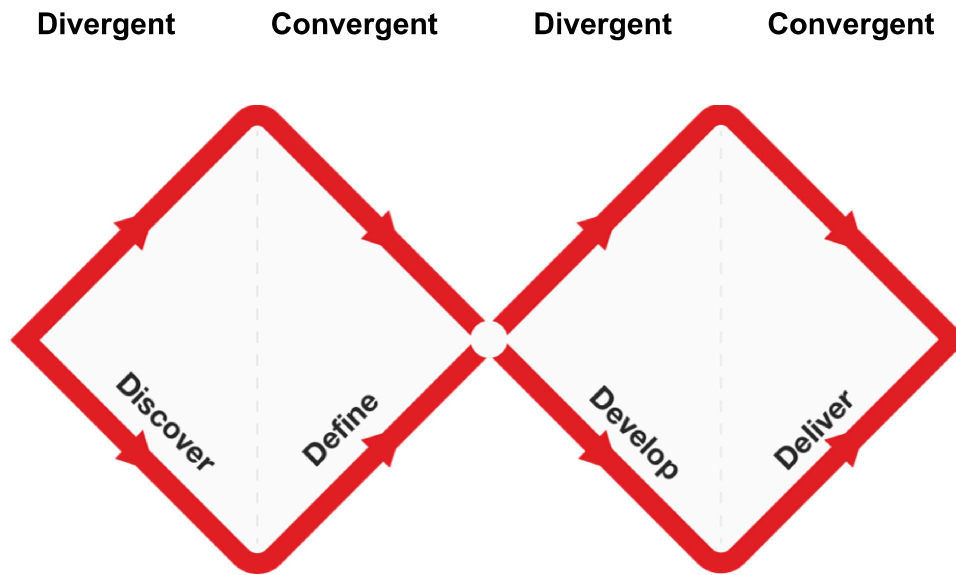
B. Teknik Analisis:

Setelah data terkumpul maka data tersebut akan dianalisis. Hasil analisis tersebut dibagi menjadi fitur utama dan fitur sekunder. fitur primer produk dianalisis menggunakan metode *game positioning*, *user persona*, *moodboard* *customer journey* dan *storyboard*.

Sedangkan fitur sekunder produk dianalisis menggunakan metode *mind mapping concept*, *atomic plan*, dan moodboard. Fitur primer produk akan menghasilkan *Dress Up game* sedangkan fitur sekunder produk akan menghasilkan produk batik *QR*.

C. Metode perancangan

Penelitian tugas akhir ini menggunakan metode perancangan *double diamond*. Metode ini dikembangkan oleh *British Design Council* pada tahun 2005. Dalam metode *double diamond* menggunakan dua cara berpikir yaitu divergen dan konvergen serta empat tahapan yaitu *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver*.



Gambar 1.2 Metode Perancangan *Double diamond*

Sumber : www.designcouncil.org.uk

1. *Discover* (menemukan)

Menjelajahi, menggali dan menemukan permasalahan dengan cara mengamati, mengobrol dan mendengarkan permasalahan yang ada.

2. *Define* (mendefinisikan)

Merangkum semua masalah yang telah ditemukan dan menganalisisnya hingga menemukan *insight*.

3. *Develop* (mengembangkan)

Mengembangkan solusi setelah masalah sudah terdefinisi dengan jelas.

4. *Deliver* (menyampaikan)

Mewujudkan ide ide terbaik menjadi prototipe produk. Kemudian diuji untuk mendapatkan *feedback*.

Cara berpikir divergen bertujuan untuk menghasilkan sebanyak mungkin ide, kemungkinan dan wawasan dengan cara memperluas cakupan pemikiran. Cara berpikir ini diterapkan pada tahap *discover* dan *develop*. Sedangkan cara berpikir konvergen bertujuan untuk memfokuskan dan membatasi perhatian pada ide dan solusi terbaik. Cara berpikir ini dapat diterapkan pada tahap *define* dan *deliver*.