

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era digital mendorong munculnya inovasi dan kreativitas dari UMKM dalam menawarkan produk dan jasa. Hal ini membuat tren belanja lokal dan meningkatnya minat masyarakat untuk membeli produk UMKM berkualitas. Ini merupakan salah satu fenomena yang menunjukkan bahwa UMKM semakin diterima dan dihargai oleh masyarakat. Hal ini terjadi karena UMKM telah berhasil menawarkan produk dan jasa yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat [1]. Selain itu, tren belanja lokal juga didorong oleh kesadaran masyarakat akan pentingnya mendukung UMKM agar tetap eksis dan berkembang. Dengan demikian, UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat.

Mulai banyaknya kemunculan produk-produk pada setiap UMKM, secara langsung membuat persaingan terasa nyata bagi pelaku usaha tersebut. Segala cara diterapkan dan dicari tahu untuk meningkatkan penjualan dan juga proses promosi agar produknya semakin dikenal. Pada saat ini, seiring berkembangnya dunia kreatif, membuat pelaku UMKM ikut terkena dampak positif yang ada di dunia kreatif [2]. Dampak itu disadari oleh pelaku UMKM dengan menuntut dan menginginkan produknya naik kelas melalui desain kemasan yang menarik. Desain kemasan merupakan sebuah unsur yang sangat penting dalam bisnis. Kemasan yang baik dapat membantu meningkatkan penjualan produk, memberikan informasi tentang produk kepada pelanggan, dan membantu membedakan produk dari pesaing. Untuk itu pentingnya menaikkan level dari produknya tersebut dari mulai bentuk kemasan, desain kemasannya, warna, slogan, *tagline* yang dipilih dan media promosinya. Dari beberapa unsur diatas juga seringkali menjadi perbandingan oleh calon pembeli antara UMKM satu dan UMKM lain, yang membuat persaingan semakin ketat. Mau tidak mau harus ada strategi selain dari aspek promosi tetapi juga bagian desain kemasannya [3]. Desain kemasan yang baik harus mampu menarik perhatian konsumen dan memberikan informasi yang cukup mengenai

produk yang dikemas. Selain itu, desain kemasan juga harus mampu melindungi produk dari kerusakan selama pengiriman dan penyimpanan [4]. Maka dapat disimpulkan desain kemasan adalah sebuah unsur penting dalam bisnis UMKM.

UMKM Kemil-Kemil merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang memproduksi cemilan dari pisang kepok. Menurut Bapak Edi selaku pemilik cemilan keripik pisang ini, dia menginginkan desain ulang agar produknya terlihat semakin meyakinkan dikalangan milenial. Hal yang paling diutamakan Bapak Edi selaku pemilik Kemil-Kemil adalah keamanan kualitas agar tahan dalam jangka waktu kurang lebih 3 bulan. Dari segi visual, UMKM Bapak Edi sudah mempunyai ciri khas. Namun sangat disayangkan beliau kurang yakin terhadap desain yang ada saat ini, karena desain kemasannya tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Bapak Edi hanya bisa pasrah karena keterbatasan pengetahuan terhadap desain, namun disisi lain beliau tidak ingin produknya terlihat jelek. Oleh karena itu Pak Edi berusaha sendirian dibantu dengan anaknya untuk memilih desain dari beberapa produk buaatannya selain pisang.

Peminat dari produk Kemil-Kemil Keripik Pisang sudah mulai datang dari luar kota sedangkan produk ini belum memiliki kemasan sekunder dan hanya mengandalkan kardus bekas. Sehingga terkadang produknya menjadi rusak/tidak utuh lagi saat sampai ke konsumennya mengingat ini adalah makanan kering yang mudah hancur. Kelemahan berikutnya ialah pada desain kemasan produk ini masih mengambil *template* dari internet yang mana beliau merasa hal ini kurang *original* dan belum mencerminkan citra dari produk Kemil-Kemil itu sendiri sehingga perlu diperbaharui dari segi desain kemasannya. Desain kemasan yang menarik dapat mempengaruhi citra merek dan menarik minat beli konsumen [5]. Maka dari itu Pak Edi berharap desain pada kemasan ini bisa berbenah. Dari beberapa masalah yang ditemukan, maka dapat dilakukan redesain pada kemasannya untuk mencapai tujuan kemasan yang *original*, tepat guna dan dapat meningkatkan citra produknya sehingga UMKM ini memiliki nilai jual yang lebih besar. Dari pemaparan diatas, maka penulis ingin membuat rancangan “Redesain Kemasan Kemil-Kemil Keripik Pisang Untuk Meningkatkan Citra Produk”.

1.2. Rumusan Masalah

Permasalahan dalam perancangan ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1.2.1.** Bagaimana meredesain ulang sebuah kemasan dari Kemil-Kemil Keripik Pisang?

1.3. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah:

- 1.3.1.** Meredesain kemasan dari Kemil-Kemil Keripik Pisang guna meningkatkan citra produk.

1.4. Batasan perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang disusun, penulis akan merancang desain kemasan primer, sekunder, dan termasuk beberapa media pendukung seperti stand display, mug, stand banner, gantungan kunci, spanduk, tas plastik belanja, stiker, voucher dan feeds instagram.

1.5. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

- 3.1.1.** Bagi Keilmuan Desain Komunikasi Visual

Perancangan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai edukasi untuk menambah wawasan mengenai redesain kemasan UMKM di lingkungan pendidikan khususnya bidang ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV)

- 3.1.2.** Bagi Institusi

Kebergunaan atau kemanfaatan perancangan terhadap terwujudnya visi misi institusi menjadi perguruan tinggi yang unggul di tingkat internasional dalam pengembangan ilmu pengetahuan berbasis teknologi informasi dengan keunggulan pada bidang Small-Medium Enterprise.

3.1.3. Bagi Masyarakat

Perancangan ini diharapkan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya desain kemasan dalam membentuk citra merek pada strategi pemasaran produk atau usaha mereka kedepannya.