

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini banyak orang yang membuka Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai cara mereka untuk mendapatkan penghasilan. Usaha UMKM cukup mudah dijalankan karena modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar dan bisa diproduksi di rumah masing-masing. Pemasaran produk UMKM pun dapat dilakukan baik secara *online* maupun *offline*. Teknologi yang semakin canggih memudahkan pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka lewat media sosial, seperti *instagram*, *facebook*, dan *website*. Pemasaran produk secara *offline* pun dapat dilakukan dengan membuka kios, membangun *stand* di sebuah acara (*Car Free Day*, Kampung kuliner, dan Bazar, atau bisa menitipkan produk di toko-toko. Pemasaran secara *offline*, konsumen dapat melihat, memegang, dan memilih secara barang yang akan mereka beli. Dengan begitu, produk akan memiliki citra merek yang kuat, karena produsen dan konsumen dapat langsung bertemu dan menawarkan produk mereka secara langsung.

Citra merek (*brand image*) sendiri menurut Suryani adalah sesuatu hal yang berhubungan dengan merek dagang, dan dapat menyampaikan informasi kepada konsumen mengenai suatu merek. Perannya pun sangat penting untuk membangun citra positif terhadap keputusan membeli konsumen[1]. Menurut Kotler seorang pakar pemasaran, ada beberapa atribut produk yang dapat memberikan efek positif, salah satunya kemasan [2]. Menurut Hermawan Kartajaya, seorang pakar pemasaran Indonesia, disaat teknologi semakin berkembang dan maju, tidak bisa dipungkiri kemasan pun ikut berubah fungsi. Fungsi kemasan bukan hanya sebagai pelindung suatu produk yang dijual, tetapi juga berfungsi untuk menjual apa yang dilindungi. Dengan kata lain “*Packaging protects what it sells* (kemasan melindungi apa yang dijual)”, dan saat ini “*Packaging sells what it protects* (kemasan menjual apa yang dilindungi)”[3].

Kebanyakan UMKM hanya mementingkan fungsi dari kemasan saja, tanpa mementingkan aspek *visual* dari kemasan. Salah satunya produk UMKM Keripik Bisono “Rizka Jaya” yang diproduksi di Desa Kedunggede, Kab.Banyumas, Jawa Tengah. Keripik Bisono adalah usaha yang dibangun oleh bapak Sukijo pada tahun 2008 dengan menggunakan bahan baku utama bisono (talas) dan diberi bubuk penyedap rasa. Keripik ini jarang ditemui di daerah Banyumas, karena kebanyakan orang lebih memilih memproduksi keripik singkong ataupun kentang. Keripik bisono sendiri memiliki 2 varian rasa, ditambah lagi dengan pemasaran keripik ini pun cukup meluas. Keripik Bisono “Rizka Jaya” telah dipasarkan ke toko-toko, hingga swalayan yang ada di Banyumas. Dengan keunggulan yang dimiliki keripik bisono, seharusnya produk ini dapat lebih dikenal dan mampu bersaing dengan kompetitor. Namun, Keripik bisono hanya mengandalkan fungsi kemasan untuk melindungi produk saja, yang menyebabkan kurangnya daya tarik bagi konsumen untuk membelinya. Terlebih lagi produk swalayan yang rata-rata memiliki kemasan yang menarik. Seperti menurut Kotler, ketika suatu produk telah dijual di swalayan, kemasan merupakan atribut penting yang harus diperhatikan. Kemasan harus menarik dan menggambarkan citra dari produk supaya dapat memberi kesan positif terhadap konsumen [2]. Sedangkan kemasan Keripik Bisono “Rizka Jaya” hanya menggunakan plastik yang di sablon saja dan tidak memiliki ciri khas dan pembeda antara produk yang sejenis.

Maka dari itu, pada Tugas Akhir ini penulis akan merancang kemasan baru untuk Keripik Bisono “Rizka Jaya” Banyumas, agar memiliki kemasan yang memiliki dua fungsi dari kemasan itu sendiri, yaitu untuk melindungi produk dan juga dapat menjual produk dengan menggunakan visual yang menarik, sehingga mampu bersaing antar produk dan memiliki pembeda dengan produk sejenis. Dengan begitu diharapkan dapat meningkatkan daya beli masyarakat yang mengakibatkan naiknya omset penjualan produk.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang kemasan pada produk UMKM Keripik Bisono Rizka Jaya Banyumas?
2. Bagaimana merancang media pendukung pada produk UMKM Keripik Bisono Rizka Jaya Banyumas?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menciptakan perancangan kemasan produk UMKM Keripik Bisono “Rizka Jaya” Banyumas
2. Menciptakan perancangan media pendukung untuk produk UMKM Keripik Bisono “Rizka Jaya” Banyumas

## **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan pada produk UMKM Keripik Bisono Rizka Jaya Banyumas
2. Merancang kemasan produk UMKM Keripik Bisono Rizka Jaya Banyumas supaya terlihat menarik dan memiliki ciri khas tersendiri sebagai produk keripik bisono dengan ukuran yang mini, sebagai pembeda dengan produk sejenis lainnya.
3. Merancang kemasan UMKM Keripik Bisono Rizka Jaya Banyumas dengan mempertimbangkan biaya produksi kemasan.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat
  - Menambah wawasan mengenai suatu kemasan
  - Dapat dijadikan referensi ketika ingin membuka usaha
2. Bagi Keilmuan DKV
  - Dapat dijadikan referensi mengenai perancangan desain kemasan untuk mahasiswa selanjutnya
3. Bagi Institusi

- Dapat digunakan sebagai referensi bagi institusi untuk mengembangkan ilmu tentang bagaimana cara mendesain kemasan untuk produk