

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.

UMKM saat ini sudah sangat beragam macamnya, contohnya dibidang perdagangan salah satunya makanan ringan. Dengan berbagai macam UMKM makanan ringan yang ada di Kota Semarang, masih tergolong jarang pelaku yang menjual snack curah dan bisa bertahan hingga bertahun-tahun apalagi dimasa pandemi kemarin. UMKM Viyuaz Snack ini merupakan contoh UMKM yang menjual berbagai snack curah. Sistem jual beli yang dilakukan masih manual, dimana pemilik yang melayani pelanggannya sendiri. UMKM Viyuaz Snack ini dimiliki oleh ibu Nuke Setyowati, UMKM Viyuaz Snack ini berdiri pada tahun 2013 dan hingga saat ini masih bertahan karena mengalami peningkatan pelanggan. Jam buka pun sangat berpengaruh dalam meningkatkan pelanggan baru, di UMKM Viyuaz Snack ini buka mulai pukul 08.00-13.00 kemudian buka kembali pukul 16.00-20.30.

UMKM Viyuaz Snack sendiri memiliki banyak kekurangan, dengan keterbatasan ilmu seadanya salah satu diantaranya UMKM ini belum memiliki kekuatan yang bisa menunjukkan bahwa toko ini memiliki identitas tersendiri yang jelas sebagai tanda pengenal. Maka penulis ingin membuat sebuah identitas produk supaya pelanggan dapat mengenali produk secara jelas. Perancangan kemasan produk ini bertujuan sebagai upaya memperkenalkan UMKM Viyuaz Snack kepada konsumen melalui identitas produk yang akan dikemas melalui desain kemasan. Karena kunci terpenting dalam memenangkan persaingan adalah memberikan nilai kepada konsumen dengan menyediakan produk yang inovatif dan berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif. Untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen, produk perlu membedakan diri dari pesaing mereka. Salah satunya adalah desain kemasan yang bisa juga disebut kemasan [1]. Akan tetapi selama ini UMKM Viyuaz Snack belum terlalu memperhatikan kemasan produk. Bahkan hanya mengemas produknya dengan sederhana menggunakan plastik kiloan bening. Dimana hal tersebut tidak dapat

memberikan kekuatan pada produk, sehingga dalam persaingan akan terlihat lebih lemah karena produk tidak memiliki kekuatan.

Untuk membuat desain kemasan dan memilih kemasan yang sesuai standar kegunaan diperlukan beberapa faktor. Banyak hal yang harus di perhatikan oleh penulis sebelum merancang desain kemasan, diantaranya yaitu menentukan efektivitas dalam proses perancangan desain kemasan produk, maka faktor efektivitas itu menjadi yang paling penting untuk di pertimbangkan. Lalu keamanan pangan *food safety* merupakan faktor vital yang harus di utamakan saat memilih dan menentukan jenis kemasan dan cara pengemasannya [1].

Kemasan merupakan “pendukung” karena fungsinya langsung terlihat oleh konsumen. Dengan demikian, kemasan harus dapat memberikan kesan spontan yang dapat mempengaruhi tindakan positif konsumen, pada saat melihat pesannya. Untuk membuat desain kemasan dan memilih kemasan yang sesuai standar kegunaan diperlukan beberapa faktor. Desain ergonomis merupakan hal kecil namun juga perlu diperhatikan karena desain yang praktis dan mudah dalam segala hal saat dibawa kemana-mana itu menjadi faktor yang penting dalam perancangan desain kemasan. Kemudian mudah dikenali menjadi kunci dari pembuatan suatu produk yaitu dari desain kemasan produknya [1].

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1.2.1 Bagaimanakah perancangan kemasan produk UMKM Vyuaz Snack Semarang sebagai identitas produk?

1.2.2 Bagaimanakah perancangan media pendukung kemasan produk UMKM Vyuaz Snack Semarang?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1.3.1 Untuk merancang kemasan produk UMKM Vyuaz Snack Semarang sebagai identitas produk.

1.3.2 Untuk merancang media pendukung produk UMKM Viyuaz Snack Semarang.

1.4 Batasan masalah

Batasan-batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Merancang kemasan produk UMKM Viyuaz Snack Semarang dengan bahan dasar plastik.

1.4.2 Merancang media pendukung lainnya, yaitu konten instagram sebagai media promosi tambahan.

1.5 Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat bagi Institusi

- a. Menjadi sumber referensi ilmu tentang desain kemasan produk.
- b. Menjadi acuan penyempurnaan pada penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa tentang identitas produk serta pengerjaannya.
- b. Menjadi referensi, sumber informasi, dan, inspirasi bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual dalam proses perancangan identitas produk.

1.5.3 Manfaat bagi Masyarakat

- a. Memperkenalkan Viyuaz Snack Semarang kepada khalayak umum melalui identitas produk.

Memberikan gambaran umum kepada masyarakat mengenai kemasan produk melalui identitas produk yang dirancang untuk Viyuaz Snack Semarang.