

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang kaya akan bahan pangan, di mana pengolahan pangan dilakukan oleh perusahaan besar, menengah maupun Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan usaha produktif yang dijalankan suatu badan usaha dan memenuhi kriteria usaha mikro. Tingkat pertumbuhan UMKM yang tinggi disebabkan oleh semakin gencarnya pemerintah mendorong masyarakat untuk menjadi seorang wirausaha dan sekaligus dapat membuka lapangan pekerjaan yang baru. UMKM mampu berperan untuk menyampaikan kontribusi besar sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat [1]

Indonesia mengalami perkembangan UMKM yang pesat di banyak provinsi, Salah satunya yaitu Provinsi Jawa Tengah terlebih dalam usaha bidang kuliner. Melihat dari data UMKM Binaan di Jawa Tengah pada tahun 2015 tercatat sejumlah 108.937 anggota, tahun 2016 meningkat menjadi 115.751 anggota dan pada tahun 2017 menjadi 133.679 anggota. Usaha pada bidang makanan ringan (snack) merupakan usaha yang banyak diminati oleh para pelaku usaha saat ini [2]. Parapelaku usaha makanan ringan berkompetisi menguasai pasar. seperti halnya Toko Alquenzino, merupakan salah satu UMKM snack yang terletak di Kabupaten Banyumas, Purwokerto.

Toko Alquenzino merupakan salah satu UMKM di Purwokerto yang berdiri pada tahun 2018. Selama 3 tahun, toko ini berhasil menggaet banyak konsumen terutama anak-anak muda. Hal itu dikarenakan Toko Kripik Alquenzino memproduksi keripik dan camilan dengan aneka varian. Seperti keripik pangsit pedas ayam bawang , keripik pangsit asin ayam bawang, mi kriuk pedas ayam bawang dan mi kriuk asin ayam bawang. Selain offline store, Toko Keripik Alquenzino juga membuka online store

di shopee, kebanyakan pembeli membeli secara online melalui instagram dan shopee.

Seperti yang diketahui bahwa target konsumen Keripik Alquenzino mayoritas anak-anak muda. berdasarkan data minat konsumen diperoleh, 1 dari 4 produk jenis varian, hanya keripik dengan rasa pedas saja yang paling diminati konsumen. Hal ini Menyebabkan pemasukan tidak menentu. Untuk meningkatkan penjualan diperlukan media promosi seperti packaging untuk menaikkan omset, khususnya untuk produk yang kurang diminati. Pemilik toko kurang menyadari pentingnya pengemasan produk. Padahal selain untuk menarik konsumen, desain kemasan juga berfungsi untuk meningkatkan citra produk. Pengetahuan yang masih minim akan variasi kemasan yang menarik. Informasi apa yang harus dicantumkan dalam kemasan, serta bagaimana teknik dan desain kemasan yang menarik. Hal ini menjadi faktor utama yang dihadapi pemilik toko. Oleh karena itu Ibu Devinta selaku pemilik Toko Alquenzino berencana untuk meningkatkan citra brand melalui promosi sekaligus desain kemasan agar produk kripiknya menarik konsumen dari semua kalangan, sekaligus dapat meningkatkan angka penjualan. kemasan adalah salahsatu ujung tombak penjualan suatu produk [3].

Saat ini sebagian besar masyarakat belum terlalu *aware* dengan adanya UMKM *Snack*Alquenzino dibuktikan melalui *survey* yang penulis lakukan. Hanya terdapat 35,2 % dari 58 responden yang mengetahui UMKM *Snack* Alquenzino, sebesar 69% dan 94,8 % responden mengatakan kemasan sebelumnya kurang menarik dan perlu adanya desain kemasan baru.

Melalui kemasan produk, penulis dapat memberikan sisi estetika dan identitas sesuai karakteristik produk dan target audience. Kreativitas dan inovasimemiliki peran penting dalam keberhasilan suatu UMKM. Selama ini Toko Alquenzino belum memperhatikan kemasan produk. Bahkan hanya mengemas produknya dengan menggunakan plastik biasa. Dengan hal tersebut belum cukup untuk meningkatkan daya tarik konsumen pada era modern seperti sekarang, maka diharapkan kemasan dapat memberikan

respon positif sehingga mampu menarik minat konsumen dan berpengaruh terhadap tindakan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

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

1.2.1 Bagaimana Merancang produk *Snack* UMKM Alquenzino sebagai upaya promosi produk?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1.3.1 Merancang kemasan produk snack UMKM Alquenzino sebagai upaya promosi produk

1.4 Batasan Perancangan

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1.4.1 Merancang kemasan primer dan kemasan sekunder

1.4.2 Merancang media pendukung seperti *banner*, *poster*, *voucher*, dan *feeds* instagram.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1.5.1 Bagi Institusi

Menjadi acuan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya dengan mengajukan topik-topik yang berkaitan dengan judul penelitian diatas.

1.5.2 Bagi Keilmuan Desain Komunikasi Visual

Untuk melengkapi literatur desain kemasan dan menjadi sumber teori tambahan untuk penelitian Desain Komunikasi Visual.

1.5.3 Bagi Masyarakat

a. Penelitian ini diharapkan dapat diinvestasikan dalam desain kemasan produk untuk membantu mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan.

b. Menambah pengetahuan tentang perancangan kemasan dan produk UMKM di masyarakat