

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Desain kemasan merupakan sebuah aktivitas kreatif yang dituangkan dalam bentuk perancangan, baik dari segi fungsi maupun dari segi visual yang mampu mendeskripsikan identitas produsennya (Klimchuk dan Krasovec, 2006). Keberhasilan desain kemasan tidak hanya terletak pada konsep yang dapat dipasarkan tetapi juga kemampuannya untuk diproduksi dan kemampuan adaptasi dalam melayani kebutuhan pasar akan desain kemasan yang beragam (Best, 2015).

Fleac (2016) menyebutkan bahwa pasar bisnis saat ini menghadapi persaingan ketat yang muncul dari percepatan inovasi, perkembangan teknologi yang cepat, *life cycle* produk yang pendek ditambah dengan digitalisasi produk, dan efek globalisasi yang kuat. Untuk memastikan kelangsungan hidup jangka panjang, perusahaan-perusahaan yang beroperasi di industri kosmetik dan perawatan pribadi yang menguasai inovasinya berusaha keras membuat inovasi sebagai bagian dari kesehariannya dengan bantuan proses bisnis.

Merancang proses bisnis yang benar memungkinkan perusahaan untuk mengenali target pasar serta kelompok *customer*, memenuhi kebutuhan dengan tepat, membangun proses pendukung pada model bisnis, dan mengelola proses *added value* yang dapat memicu inovasi (Brenner dan Coners, 2010). Selain itu proses harus dianalisis untuk memastikan bahwa mereka mendukung tujuan bisnis utama berupa pencapaian tujuan bisnis yang berhubungan dengan pelayanan *customer*, efisiensi, efektivitas dan profitabilitas (Jacka dan Keller, 2009).

Salah satu sektor kunci yang menaruh perhatian besar terhadap isu-isu yang dinamis mengacu pada industri kosmetik dan perawatan pribadi karena harus berhasil memenuhi harapan pelanggan yang berubah-ubah atas kualitas, kesehatan dan kesejahteraan (Fleac, 2016). Produk ekspor di PT.Mandom Indonesia Tbk merupakan produk-produk yang memiliki pangsa pasar di luar Indonesia, antara lain Uni Emirate Arab (UEA), Jepang, India, Malaysia, dan Thailand.

PT. Mandom Indonesia,Tbk mengklasifikasikan produknya menjadi produk domestik dan produk ekspor. Salah satu produk ekspor dari PT.Mandom Indonesia Tbk yaitu *Gatsby Deodorant Perfume Spray 50ml*. *Gatsby Deodorant Perfume Spray 50ml* mempunyai desain kemasan yang terbuat dari kaleng dengan ukuran tinggi 12 cm dan diameter silinder 3.5 cm. Desain kemasan mengalami kegagalan pada saat memasuki tahap produksi sehingga PT.Mandom Indonesia,Tbk memutuskan untuk menunda waktu pengiriman produk ke negara ekspor 2 sampai 3 minggu.

Hal tersebut merupakan akibat dari belum adanya *tools* di PT.Mandom Indonesia,Tbk untuk memetakan proses desain kemasan, terutama untuk produk *Gatsby Deodorant Perfume Spray 50ml* yang terdiri dari 15 varian yang terbagi menjadi 3 jenis ukuran kemasan yaitu 50ml, 100ml, 175ml. Oleh karena itu penelitian ini akan berfokus pada upaya pemetaan proses bisnis desain kemasan *Gatsby Deodorant Pefume Spray 50ml* dengan harapan dapat digunakan untuk membantu PT.Mandom Indonesia,Tbk menelusuri aktivitas-aktivitas dalam pembuatan kemasan *Gatsby Deodorant Pefume Spray 50ml*.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana memetakan proses bisnis *Gatsby Deodorant Perfume Spray 50ml* sehingga dapat menjadi acuan untuk perbaikan terhadap proses pembuatan kemasan apabila terjadi masalah.

1.3. Tujuan Penelitian

Mendapatkan peta proses bisnis dan evaluasi terhadap salah satu rangkaian proses bisnis desain kemasan *Gatsby Deodorant Perfume Spray 50ml* untuk mengoptimalkan keseluruhan proses bisnis desain kemasan hingga tahap *full packaging production* selesai.

1.4. Batasan Masalah

Dalam mengendalikan permasalahan perlu batasan-batasan masalah untuk menfokuskan permasalahan. Batasan-batasan masalah yang digunakan sebagai berikut:

- a. Penelitian dilakukan dalam lingkup departemen *product development*, *packaging development* dan *vendor* kemasan kaleng.

- b. Penelitian dilakukan pada produk kemasan untuk pangsa pasar ekspor.
- c. Penelitian dilakukan pada produk kemasan *Gatsby Deodorant Perfume Spray 50ml* yang merupakan kemasan primer.

