

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam situs bkpm.go.id dikatakan bahwa UMKM merupakan salah satu pilar perekonomian yang memiliki peran signifikan, karena berkontribusi besar terhadap PDB yaitu sebesar 61,97% dari total PDB nasional setara dengan Rp. 8.500 triliun pada tahun 2020. Namun, terdapat beberapa permasalahan dan tantangan yang mempengaruhi perkembangan produk UMKM di Indonesia, salah satu permasalahan dan tantangan tersebut mengenai kemasan produk pada UMKM. Peran kemasan kini telah menjadi hal yang harus diperhatikan pelaku UMKM karena kemasan merupakan salah satu hal yang diperhatikan konsumen ketika membeli produk.

Desain kemasan berperan sebagai wadah dan pelindung dari produk baik dalam proses distribusi, penyimpanan sampai dengan ketangan konsumen. Selain itu, kemasan juga memiliki peran sebagai pembeda identitas serta alat dalam promosi sehingga menimbulkan daya tarik di pasar. Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec (2006) mengatakan bahwa terdapat hal-hal yang harus diperhatikan dalam suatu desain kemasan mulai dari segi struktur, sisi bentuk, warna, material, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk sehingga produk dapat dipasarkan dengan baik. Dalam hal ini UMKM Naruna ingin mengembangkan desain kemasan yang baru pada produknya.

Naruna adalah salah satu UMKM yang terletak di Salatiga, Jawa Tengah yang merupakan salah satu industri kreatif yang memproduksi produk keramik. UMKM Naruna sudah berdiri sejak tahun 2019, serta saat ini sedang mengupayakan produknya dapat bersaing di kancah Internasional. UMKM menghasilkan produk keramik berupa *tabelwere*, *mug*, *tea set*, mangkok, gelas, piring dan lain sebagainya. UMKM Naruna menyadari bahwa selain mengembangkan produk yang baru, perusahaan juga mengembangkan kemasan yang melekat pada produknya, melalui wawancara yang dilakukan dengan bapak Oktavianus Dwi Wahyu W, S.T selaku pihak dari UMKM Naruna, UMKM Naruna ingin mengembangkan desain kemasan pada salah satu produknya berupa *mug* yang memiliki kesan premium, eksklusif dan disukai *costumer*.

Peran dari *voice of customer* juga dapat digunakan untuk membantu proses perancangan desain kemasan. Dengan mempertimbangkan *voice of customer*, Elemen-elemen pada desain kemasan yang disukai dan dibutuhkan *customer* dapat diubah menjadi atribut yang digunakan dalam perancangan desain kemasan.

Selain mempertimbangkan kesan yang ingin dibangun Naruna pada kemasannya, perancangan kemasan pada penelitian ini juga mempertimbangkan kemampuan dari stakeholder percetakan. Stakeholder percetakan pada penelitian ini adalah GKM *Print*. GKM *Print* adalah perusahaan yang bergerak pada bidang *digital printing*, *Engraving* dan *Laser Cutting* yang berdiri sejak tahun 2000. GKM *Print* berlokasi di daerah Jl. Sukoharjo, Condongcatur, Sleman. Dalam pemilihan jenis material, panjang material, ketebalan material dan lain sebagainya juga digunakan sebagai pertimbangan dalam perancangan desain kemasan pada penelitian ini.

Lalu, dengan kemajuan teknologi dalam bidang desain era saat ini, proses perancangan kemasan dapat diproyeksikan secara digital sehingga menyerupai wujud nyatanya. Karena hal tersebut, kesalahan pada proses *prototyping* dapat diminimalisir sehingga biaya dari perancangan kemasan lebih sedikit dibandingkan dengan cara manual.

Jadi dari penjabaran diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan desain kemasan untuk salah satu produk *mug* di UMKM Naruna dengan mempertimbangkan *voice of customer*.

1.2 Rumusan Masalah

Persaingan produk di tingkat lokal maupun internasional membuat UMKM Naruna menyadari bahwa selain mengembangkan produk yang baru, perusahaan juga harus mengembangkan kemasan yang melekat pada produknya.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan *prototipe* desain kemasan untuk salah satu produk *mug* KEDAIREKA dengan memanfaatkan teknologi *CAD* dengan mempertimbangkan peran dari *voice of customer*.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam perancangan desain kemasan untuk produk *mug* di UKM Naruna adalah sebagai berikut:

1. Perancangan difokuskan pada perancangan desain kemasan yang menggunakan material kertas.
2. Preverensi diambil dari responden yang pernah membeli atau rutin menggunakan produk *mug*.
3. Perancangan kemasan disesuaikan pada salah satu produk *mug* KEDAIREKA.
4. Perancangan difokuskan untuk merancang kemasan sehingga produk lebih terlihat premium, eksklusif dan sesuai dengan preverensi *costumer*.
5. Jenis alat dan mesin yang digunakan disesuaikan mesin yang dimiliki vendor percetakan.

