

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan istilah yang mengarah kepada usaha produktif yang digerakkan oleh seorang individu atau badan usaha dengan ruang lingkup usaha yang kecil. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM RI melalui situs Website UKMINDONESIA.ID, Indonesia memiliki sekitar 65 juta unit usaha yang berjalan pada tahun 2019, atau Sekitar 99,6%, diantaranya merupakan Usaha mikro, 0,30% Usaha Kecil, 0,07% Usaha menengah, dan 0,01% Usaha besar. Peran UMKM di Indonesia setiap tahunnya diperkirakan memberi kontribusi bagi ekonomi Indonesia lebih dari 60% untuk produk domestik bruto Indonesia atau sekitar total Rp 8.573 Triliun setiap tahunnya. Selain memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian nasional, UMKM juga memberikan kontribusi dalam menyediakan lapangan pekerjaan bagi Masyarakat Indonesia. Berdasarkan data yang Penulis peroleh dari Kementerian Koperasi dan UKM RI. UMKM di Indonesia telah memberikan 116 juta atau sekitar 97% dari tenaga kerja nasional di Indonesia, dengan jumlah tenaga kerja terbanyak diperoleh dari Usaha mikro. Dengan jumlah kontribusi yang diberikan melalui berbagai sektor usaha, sehingga kini UMKM menjadi salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia. Hal tersebut tentunya mendapatkan dukungan dari Pemerintah, dengan menghadirkan beberapa program yang bertujuan untuk pemberdayaan dan keberlanjutan UMKM di Indonesia, seperti contohnya Kemenparekraf melalui program “Bedah Desian Kemasan (BEDAKAN), dan Aspirasi Kreasi Indonesia (AKI)”, Kemendikbud melalui program” Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI)”, dan Bank Indonesia melalui program “Pengembangan UMKM”.

Provinsi Gorontalo secara geografis terletak dibagian utara Pulau Sulawesi, dan secara Topografi wilayahnya terletak di pesisir Pantai teluk Tomini, dengan kondisi wilayahnya yang dikelilingi wilayah perairan dan sebagian besar penduduknya bermata pencarian sebagai Petani dan Nelayan, hal tersebut membuat Provinsi Gorontalo sangat terkenal dengan makanan hasil dari olahan Perikanan.

Kelebihan dalam menghasilkan dan memproduksi makanan hasil olahan Perikanan tersebut tentunya dimanfaatkan oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Gorontalo dengan memproduksi berbagai macam produk makanan dari hasil olahan perikanan. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, melalui situs Website UKMINDONESIA.ID, terdapat 85,585-unit UMKM di Provinsi Gorontalo yang terdaftar pada platform *Online Single Submission - Risk Based Approach* (OSS RBA).

UMKM Bilal Mekar *Snack* merupakan salah satu UMKM asal Gorontalo yang berfokus pada sektor makanan ringan khas daerah Gorontalo dan bahan pelengkap makanan dengan memanfaatkan hasil olahan ikan sebagai bahan baku utamanya, yang telah berdiri sejak tahun 2008. Salah satu produk unggulan dari UMKM Bilal Mekar *Snack* yaitu makanan ringan (*snack*)/kue tradisional khas Gorontalo yaitu Kue pastel, namun Masyarakat Gorontalo lebih mengenalnya dengan nama "*Panada Tore*", dengan isian Abon Ikan Tuna dan Abon Ikan Sagela, yang sering ditemui diberbagai acara seperti perayaan adat, dan festival kuliner di Provinsi Gorontalo, maka dari itu *Panada Tore* sering kali dijadikan sebagai salah satu pilihan buah tangan oleh Wisatawan ketika berkunjung ke Gorontalo. Selain *Panada Tore*, UMKM Bilal Mekar *Snack* juga memproduksi bahan pelengkap makanan atau kondimen, seperti Abon Tuna dan Sambal Ikan. Dalam mengembangkan usahanya, UMKM Bilal Mekar *Snack* terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produknya dengan melakukan berbagai uji laboratorium dan menawarkan beberapa varian rasa yang berbeda pada produk *Panada tore*, abon tuna, dan sambalnya.

UMKM Bilal Mekar *Snack* sendiri memiliki potensi yang besar untuk memperluas khalayak konsumen kedepannya dengan menawarkan kualitas yang baik pada produknya dengan sudah bersertifikasi layak uji dan edar di Indonesia. Hal tersebut juga dapat diperkuat berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Risna selaku pemilik UMKM Bilal Mekar *Snack*, beliau mengungkapkan bahwa pada tahun 2023, UMKM Bilal Mekar *Snack* mendapatkan omset penjualan yang cukup besar, dengan jumlah omset penjualan sebesar Rp 811.989.000 Juta, walaupun penjualan produk secara *Offline* masih terbatas di pusat Toko oleh-oleh Gorontalo dan Sulawesi, Rumah produksi, dan Media sosial saja untuk penjualan *Online*.

Selain itu UMKM Bilal Mekar *Snack* juga seringkali mendapatkan kesempatan untuk berpartisipasi dalam beberapa kegiatan Pameran kuliner, Festival kuliner di beberapa daerah di Indonesia untuk memperkenalkan produknya ke Masyarakat Nasional oleh Pemerintah daerah dan Nasional, serta Pemberdayaan UMKM melalui program Bedah Desain kemasan tahun 2023 yang berlanjut mendapatkan kesempatan pendampingan kelas ekspor pada program Apresiasi Kreasi Indonesia tahun 2023 dan 2024 yang diadakan oleh Kemenparekraf. Hal tersebut tentunya juga dapat menjadi potensi yang dapat dikembangkan oleh UMKM Bilal Mekar *Snack* untuk dapat memperluas khalayak konsumen secara Nasional dan melakukan ekspor produknya keluar Indonesia.

Berdasarkan wawancara, observasi produk dan visual terdahulu milik UMKM Bilal Mekar *Snack*. Penulis melihat bahwa ada beberapa penerapan potensi yang UMKM Bilal Mekar *Snack* miliki masih kurang tepat melihat kurangnya kesadaran pemilik UMKM terhadap *Branding* identitas usahanya dan produknya, seperti salah satunya tidak adanya nama *Brand* (merek) pada kemasannya, serta desain kemasan yang seringkali berubah-ubah dan belum sesuai dengan standar kemasan untuk produk ekspor.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka fokus dari penelitian ini adalah diperlukannya perancangan *Branding* serta penerapan konsistensi visual pada desain kemasan produk UMKM Bilal Mekar *Snack*, agar memiliki identitas produk yang kuat dalam meningkatkan potensi yang dimiliki oleh UMKM Bilal Mekar *Snack* untuk memperluas target pasarnya yang diharapkan dapat menembus pasar ekspor Nasional maupun Internasional, serta menciptakan *Brand Awareness* kepada Konsumen, sekaligus sebagai diferensiasi atau pembeda kepada Konsumen dengan produk pesaingnya.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah penulis jelaskan pada latar belakang masalah diatas, adapun identifikasi masalah, diantaranya:

- a. Kurangnya kesadaran terhadap *Branding* pada aspek desain visual dari pihak UMKM Bilal Mekar *Snack*.

- b. Belum adanya nama *brand* (merek) pada kemasan produk UMKM Bilal Mekar *Snack*.
- c. Kurang maksimalnya pemanfaatan media promosi *online/offline*, dan tidak adanya konsistensi visual disetiap media promosi *online/offline* dan desain kemasan produk milik UMKM Bilal Mekar *Snack*.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah Penulis jelaskan pada latar belakang masalah diatas, adapun identifikasi masalah, diantaranya:

- a. Bagaimana merancang identitas *brand* dengan *branding* yang lebih *stand out*, fleksibel, konsisten, dan sesuai dengan kebiasaan/*behaviour* Konsumen.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang Lingkup berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya, agar penelitian ini dapat terfokuskan dengan baik, maka Penulis menguraikan ruang lingkup pada penelitian ini dalam bentuk 5W 1H, sebagai berikut:

1. **What (Apa)**

Perancangan *Branding* melalui desain kemasan sebagai identitas produk UMKM Bilal Mekar *Snack*.

2. **Who (Siapa)**

Perancangan *Branding* melalui Desain kemasan ini ditujukan untuk Masyarakat Gorontalo & Sulawesi (khususnya), serta Masyarakat & Wisatawan Nasional (umumnya).

3. **When (Kapan)**

Penelitian dimulai pada bulan Maret 2024 hingga bulan April 2024 yang akan dilakukan secara daring. Disusul dengan perancangan *Branding* dan Desain kemasan pada bulan Juni 2024.

4. Why (Mengapa)

Sebagai upaya menciptakan *Brand Awareness* kepada Konsumen melalui perancangan *Branding* dan desain kemasan sebagai identitas produk UMKM Bilal Mekar *Snack*.

5. Where (Dimana)

Penelitian dan Perancangan dilaksanakan secara *Online/daring* dengan menggunakan beberapa metode penelitian, serta memanfaatkan platform *meeting Online* seperti *Zoom*, atau *Google Meet* sebagai media komunikasi dua arah antara Peneliti dengan narasumber. *Google Form* sebagai media pembuatan Kuesioner, dan Media sosial seperti *Instagram*, *twitter*, dan *WhatsApp* sebagai media yang digunakan untuk menyebarkan kuesioner kepada Responden.

6. How (Bagaimana)

Perancangan *Branding* dan desain kemasan dilakukan dengan melakukan kegiatan Wawancara, observasi, dan studi Pustaka terkait dengan produk, perilaku konsumen, dan kehidupan sosial Masyarakat Provinsi Sulawesi, khususnya kota Gorontalo.

1.4 Tujuan Penelitian

Terciptanya identitas *branding* baru bagi UMKM Bilal Mekar *Snack* yang lebih *stand out*, fleksibel, sesuai target pasar yang merujuk kepada kebiasaan/*behaviour* konsumen melalui pendekatan psikologi desain.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil Perancangan ini diharapkan adanya manfaat yang didapatkan baik untuk UMKM, konsumen dan umum, diantaranya:

1. Manfaat Secara Umum

Diharapkan dapat meningkatkan kesadaran para pelaku usaha UMKM di Gorontalo mengenai pentingnya *Branding* dan Desain kemasan sebagai identitas produk untuk menciptakan *Brand Awareness* kepada Konsumen.

2. Manfaat Untuk UMKM

Diharapkan dapat menciptakan *Brand Awareness* produk kepada Konsumen dalam memperluas target pasar melalui perancangan *Branding* dan Desain kemasan sebagai identitas produk serta dapat meningkatkan potensi yang dimiliki oleh UMKM Bilal Mekar Snack untuk dapat memperluas target pasarnya, dan menembus pasar ekspor Nasional maupun Internasional.

3. Manfaat Untuk Konsumen

Diharapkan dapat membantu Konsumen sebagai difrensiasi atau pembeda antara produk UMKM Bilal Mekar *Snack* dengan produk pesaing atau kompetitor melalui perancangan *Branding* dan Desain kemasan.

1.6 Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan untuk penilitan ini adalah Metode Kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah (Fadli, 2021). Berikut teknik pengumpulan data kualitatif yang akan Penulis lakukan dalam Penelitian ini berupa:

1. Observasi

Berdasarkan fakta-fakta peristiwa empiris, observasi merupakan salah satu kegiatan yang melibatkan seluruh kemampuan indra seperti Penglihatan, pendengaran, perasa, sentuhan, dan cita rasa (Hasanah, 2017) Observasi dilakukan dengan mengamati objek penelitian berdasarkan fenomena, permasalahan, kegiatan, dan situasi atau kondisi yang saat ini terjadi pada objek penelitian.

2. Wawancara

Menurut Kerlinger dalam (Fadhallah, 2021), Wawancara adalah situasi tatap muka interpersonal dimana terdapat dua orang atau lebih yang diwawancarai dengan mengajukan beberapa pertanyaan untuk

mendapatkan jawaban tentang masalah penelitian. Pada penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara kepada narasumber terkait seperti Ibu Risna selaku pemilik UMKM Bilal Mekar *Snack*, dan tim produksi UMKM Bilal Mekar *Snack*.

3. Kuesioner

Kuesioner dilakukan dengan cara memberi serangkaian pertanyaan melalui *Google Form* yang ditujukan kepada responden, dan disebar luaskan secara *Online* melalui Media Sosial seperti *Instagram, twitter, WhatsApp*, dan sebagainya. Dengan tujuan untuk mengetahui karakteristik Konsumen berdasarkan target segmentasi pasar, demografis, dan psikografis mengenai *Branding* dan Desain kemasan sebuah produk dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mencari berbagai teori yang relevan dengan topik penelitian, diberbagai sumber seperti Buku, jurnal, artikel dan media informasi lainnya untuk memperkuat Penelitian ini.

1.7 Metode Analisis data

Pada penelitian ini penulis menggunakan 2 metode dalam analisis data, yaitu:

1. Analisis SWOT

Penerapan metode analisis *SWOT* yang mencakup kelebihan (*strength*), kekurangan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Analisis *SWOT* digunakan dengan tujuan untuk memperhitungkan faktor internal dan eksternal, untuk mengetahui peluang dan ancaman yang ada dalam bisnis UMKM dalam merancang *Branding* dan desain kemasan produk sebagai salah satu strategi kreatif dalam meningkatkan *Brand Awareness* dan potensi yang dimiliki UMKM Bilal Mekar *Snack* dengan mengembangkan Media visual pendukung untuk meningkatkan promosi dan omset penjualan produk.

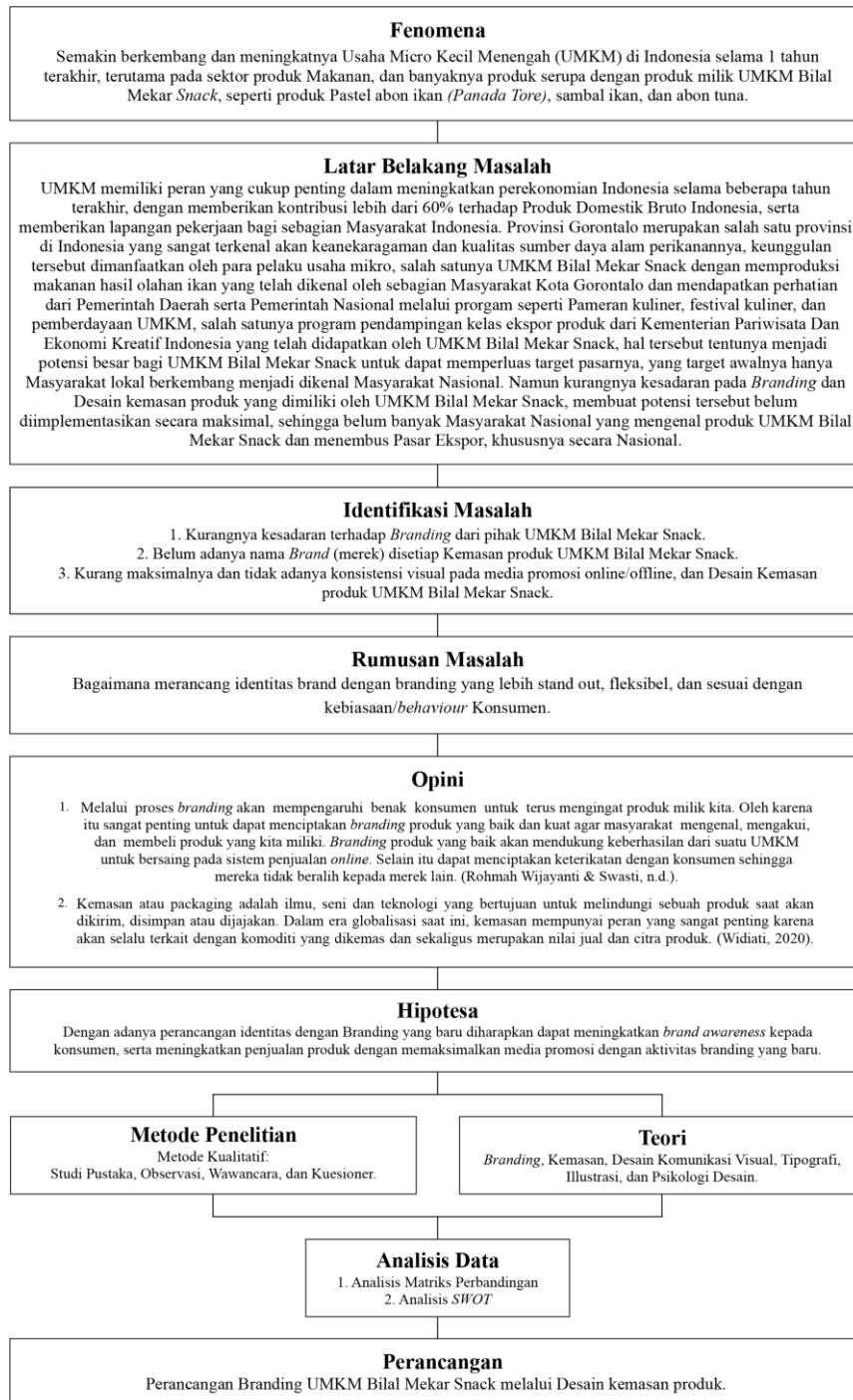
2. Analisis Matriks perbandingan

Penerapan metode analisis matriks perbandingan dilakukan guna untuk mengetahui sampel penelitian yang dilakukan untuk menghasilkan kesimpulan dengan menghubungkan objek visual dengan teori-teori sebagai alat untuk menganalisis. Dengan cara mencantumkan tiga *Brand FnB* yang memiliki produk serupa dengan objek perancangan pada penelitian ini, untuk dapat menemukan perbedaan ataupun persamaan dari berbagai aspek visual.

3. Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif merupakan suatu metode analisis yang biasanya digunakan untuk meneliti suatu objek, baik manusia ataupun benda secara mendalam yang didasari oleh suatu fenomena yang terjadi pada objek yang diteliti. Pada penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan untuk membantu menarik Kesimpulan dari analisis data melalui analisi matriks perbandingan yang merujuk kepada data objek visual.

1.8 Kerangka Penelitian



Bagan 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Dokumentasi Pribadi

1.9 Pembabakan

Pada penelitian ini terdapat empat pembabakan yang terbagi kedalam 4 bab yang dengan uraian diantaranya:

1.9.1 BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab 1, penulis akan menjelaskan Pendahuluan berupa Latar belakang masalah, permasalahan (mencakup identifikasi masalah dan rumusan masalah), ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengambilan data dan analisis, dan Kerangka perancangan penelitian.

1.9.2 BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab 2, penulis akan menjelaskan teori atau dasar pemikiran yang relevan, yang akan digunakan sebagai pijakan Penulis dalam menganalisis data dari berbagai sumber pada Penelitian ini.

1.9.3 BAB III URAIAN DATA HASIL SURVEY & ANALISIS

Pada Bab 3, penulis akan menguraikan hasil survei atau pengumpulan data melalui metode pengumpulan data kualitatif dengan metode Observasi, wawancara, kuesioner, dan Studi Pustaka berdasarkan teori-teori yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, penulis akan menganalisis data yang telah didapat menggunakan metode analisis *SWOT*, analisis matriks perbandingan, dan penarikan kesimpulan dari hasil observasi, wawancara, analisis *SWOT*, dan analisis matriks perbandingan.

1.9.4 BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada Bab 4, penulis menjelaskan konsep dan hasil perancangan akhir, berdasarkan data yang telah penulis peroleh melalui observasi, wawancara, kuesioner, analisis *SWOT* dan analisis matriks perbandingan.

1.9.5 BAB V PENUTUP

Pada Bab 5, merupakan bagian penutup dari laporan tugas akhir yang berisi kesimpulan akhir dan saran selama proses perancangan karya berlangsung.