

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sesuai dengan berlakunya Undang-Undang Dasar 1945 yang telah diperkuat oleh TAP MPR No. XVI/MPR /1998 yaitu “Politik Ekonomi dalam Rangka Pelaksanaan Demokrasi Ekonomi,” diperlukan pemberdayaan UMKM untuk menjadi bagian integral dari sisi ekonomi rakyat. Keberadaannya memiliki peran yang strategis dalam mewujudkan struktur perekonomian yang seimbang seiring berjalannya pola perkembangan. Oleh karena itu, optimalisasi desain kemasan bagi UMKM menjadi salah satu langkah yang penting untuk meningkatkan daya saing mereka di pasaran (Teguh, 2020).

Kemasan memiliki peran yang sangat penting dalam suatu produk, terutama dalam dunia bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, kemasan juga menjadi strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik serta nilai jual suatu produk. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, desain kemasan yang menarik dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Namun, banyak pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam merancang kemasan, seperti keterbatasan akses terhadap desainer profesional, biaya produksi yang tinggi, serta kurangnya pemahaman mengenai pentingnya desain kemasan dalam membangun identitas merek (Najib, 2020).

Berdasarkan observasi penulis mengenai fenomena yang terjadi melalui wawancara, sebagian besar UMKM masih menggunakan desain kemasan yang sederhana dan kurang menarik karena keterbatasan akses terhadap jasa desainer grafis serta minimnya pengetahuan mengenai desain grafis (Badan Pusat Statistik, 2019). Padahal, kemasan yang efektif dapat membantu meningkatkan citra produk dan membedakannya dari pesaing di pasar. Hal ini diperkuat dengan jurnal temuan penulis yaitu “Inovasi Desain Kemasan sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing

Produk UMKM”, dimana terdapat beberapa masalah serupa yang ditemui dan diungkapkan oleh LPPI dan BI (2015) dalam penelitian tersebut. Antara lain adalah kemampuan penggunaan teknologi yang terbatas, serta kurangnya kemampuan dalam merespon perubahan perilaku konsumen. Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan solusi yang memungkinkan pemilik UMKM untuk mendesain kemasan secara mandiri dengan mudah dan terjangkau.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang *microsite* interaktif yang dapat membantu pemilik UMKM dalam membuat desain kemasan yang bermacam macam, menarik, serta optimal dengan kebutuhan bisnis mereka. Karena penggunaan *microsite* sebagai media interaktif terbukti dapat meningkatkan pengetahuan dan menciptakan peluang bisnis (Keumala, 2024). *Microsite* ini akan menyediakan fitur template yang dapat dikustomisasi, elemen desain yang fleksibel, serta panduan yang memudahkan pengguna dalam proses desain. Dengan adanya platform ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing produk mereka melalui kemasan yang lebih profesional dan menarik. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk merancang dan mengembangkan *microsite* interaktif sebagai solusi dalam pembuatan kemasan bagi pemilik UMKM.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, berikut rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Tidak tersedianya kepraktisan berupa *one-stop solution* bagi pemilik UMKM antara visualisasi *mockup* desain kemasan.
2. Tidak adanya fasilitas oleh vendor terkait permasalahan keterbatasan akses desain terhadap kemasan.

Sehingga rumusan masalah yang ditentukan penulis sebagai berikut:

Bagaimana perancangan *microsite* untuk pembuatan kemasan bagi pemilik UMKM?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada pemilik UMKM dengan rentang usia 25 hingga 35 tahun dengan Pendidikan minimal lulusan SMA agar target berada di

rentang umur Dimana target memiliki literasi digital yang baik dan memiliki pengetahuan dasar. Target juga dipilih di daerah berdomisili Jabodetabek, dengan fokus pada pengembangan *microsite* interaktif. Ruang lingkup perancangan akan dibatasi pada pembuatan *microsite custom* kemasan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijabarkan, tujuan utama penulis dalam perancangan ini adalah membuat perancangan *microsite* untuk pembuatan kemasan bagi pemilik UMKM

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat Teoretis:

Tujuan utama di dalam perancangan tugas akhir ini yaitu sebagai upaya untuk mempermudah pemilik UMKM dalam hal pembuatan *custom* kemasan melalui *microsite* interaktif sebagai media utama. Penelitian ini penulis harapkan dapat menjadi aset ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual baru bagi penelitian selanjutnya yang mengarah pada pengembangan *microsite* interaktif.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan oleh penulis agar dapat dijadikan bahan untuk referensi yang tepat bagi dosen dan mahasiswa Desain Komunikasi Visual lainnya, khususnya dalam perancangan *microsite* interaktif.