

BAB I.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sentra-sentra pembuatan garam tradisional di Bali terletak di beberapa lokasi, seperti Amed di Kabupaten Karangasem, Kusamba di Kabupaten Klungkung, dan Tejakula di Kabupaten Buleleng. Menurut data dari Dinas Kelautan dan Perikanan Bali, produksi garam tradisional di ketiga kabupaten tersebut mencapai 1.531 ton pada tahun 2022 (sumber: <https://www.nusabali.com/berita/142568/garam-tradisional-di-bali-untuk-penuhi-pasarspa#:~:text=Ia%20mencatat%20sentra%20pembuatan%20garam,pada%202022%20mencapai%201.531%20ton.>). Khususnya di kecamatan Tejakula, tepatnya Desa Tejakula memiliki potensi pariwisata pesisir pantai yang menarik dan dapat dikembangkan sebagai pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*). Desa ini terkenal sebagai kawasan pertanian garam di Bali memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi sentra kawasan pertanian yang berbasis pariwisata dimana seluruh kegiatan pariwisatanya diharapkan agar dikelola oleh masyarakat yang didukung oleh eksistensi budaya, adat istiadat, dan kearifan lokal yang dimiliki desa tersebut, diantaranya seperti berupa kesenian pertunjukan Wayang Wong. Desa Tejakula tidak hanya memiliki pesisir pantai yang digunakan sebagai tempat pengambilan garam tradisional. Air laut di Pantai Tejakula memiliki salinitas tinggi dan iklim yang mendukung produksi garam. Pertanian garam menjadi aset utama masyarakat pesisir Desa Tejakula.

Selain itu, sebuah program telah ditetapkan oleh Pemerintah Provinsi Bali sesuai dengan Surat Edaran Nomor 17 Tahun 2021 tentang Pemanfaatan Produk Garam Lokal Bali. Dukungan terhadap strategi produktivitas dan kualitas garam adalah tujuan dari surat edaran ini. Menurut surat edaran tersebut, produk garam tradisional lokal Bali berbasis pada ekosistem alam Bali dan pengetahuan warisan leluhur dan harus dilindungi sebagai ekonomi kreatif dan budaya krama Bali. Melalui program Pengembangan Ekonomi Kerakyatan, pengembangan usaha garam sebagai Produk Unggulan Daerah telah diatur dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Buleleng periode 2017-2022.



Gambar 1. 1 Proses pembuatan garam tradisional di Desa Tejakula

(Sumber Foto : Dokumentasi Pribadi)

Dalam pertemuan dengan cara melakukan wawancara serta melakukan observasi (Tejakula, 4/6/2023: 08.00) dengan narasumber, Bapak Made Widnyana, ketua Kelompok Petani Garam Sarining Pertiwi dan pemilik "Laut Bali" di Desa Tejakula. Proses pembuatan garam di Desa Tejakula sangat berbeda dengan di tempat lain. Media yang digunakan untuk menyaring air laut dan mengeringkan air tua, yang merupakan bahan utama pembuatan garam, menunjukkan keunikan ditempat ini. Untuk menyaring air tua yang akan dikeringkan di atas batang kelapa, cara ini memanfaatkan tanah yang telah dicampur dengan air laut. Karena zat pahit terserap melalui pori-pori bilah kelapa, proses ini menghasilkan garam yang bersih dan tidak terasa pahit. Proses produksi garam secara konvensional ini merupakan salah satu warisan pengetahuan masyarakat sekitar yang diwariskan secara turun temurun. Petani lokal biasanya menjual garam mereka langsung ke pasar. Ketika mereka memproduksi garam dalam jumlah banyak, pengepul besar biasanya akan membelinya dan mendistribusikannya ke pasar-pasar besar di Kabupaten Buleleng.

Potensi pasar garam tradisional produksi petani lokal yang cukup menjanjikan memberikan peluang bagi perusahaan pengolah garam tradisional, yakni perusahaan yang bernama "Laut Bali" yang menjadi objek TA ini untuk mengolah garam tradisional menjadi butiran kristal, apalagi perusahaan ini beroperasi dari desa Tejakula sehingga meminimalkan biaya distribusi. Perusahaan ini berbentuk perusahaan perorangan yang didirikan oleh Bapak Made Widnyana

pada tahun 2007 lalu dengan nama sebelumnya “Neo-Logis,inc” dan sekarang berganti menjadi “Laut Bali” sejak 1 tahun lalu. Perusahaan ini memiliki karyawan sebanyak 6 orang. Perusahaan ini telah memiliki portofolio produk olahan garam tradisional Tejakula yang cukup banyak, yang mencakup empat varian utama. Varian pertama adalah Super Tejakula Salt yang merupakan garam tejakula mentah yang diolah dengan teknologi modern untuk menjaga kandungan mineral alami dan rasa asli garam Tejakula. Produk ini ditujukan bagi konsumen yang menginginkan cita rasa tradisional. Kemudian ada Snow Salt yang memiliki butiran halus seperti salju, sehingga mudah larut dan cocok untuk berbagai aplikasi memasak. Bentuk butiran halus juga memudahkan penggunaan di meja makan. Pyramidion Salt adalah varian garam tejakula berbentuk piramida yang unik dan menarik. Bentuk piramida dapat mempermudah aliran garam saat dituang dari kemasannya. Produk ini ditujukan untuk konsumen yang menginginkan variasi bentuk yang berbeda. Terakhir ada Dice Salt yang memiliki bentuk dadu. Bentuk dadu dari garam ini membuatnya menarik sebagai hiasan meja makan. Dice Salt juga cocok untuk berbagai kebutuhan memasak.



Gambar 1. 2 Produk Olahan Garam Tradisional “Laut Bali”

(Sumber Foto: Dokumentasi Pribadi)

Garam yang sudah diolah menjadi kristal ini biasanya disalurkan untuk kebutuhan hotel, villa dan bungalow di Bali, termasuk beberapa bungalow di Desa Tejakula dan bahkan hingga di ekspor ke luar negeri yakni ke jepang dan eropa.

Lokasi di desa Tejakula yang dekat dengan sentra produksi garam lokal juga memudahkan perusahaan untuk memperoleh pasokan bahan baku yang berkelanjutan. Dengan potensi produksi garam tradisional petani lokal yang masih tersedia, “Laut Bali” memiliki peluang untuk meningkatkan produksi garam kristalnya sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Namun produksi olahan garam tradisional ini masih belum memiliki desain kemasan yang menarik, informatif, inovatif, dan kreatif. Selain itu, metode produksinya juga kurang memperhatikan masalah kemasan dan belum mampu merepresentasikan produk dan daerah penghasilnya dengan baik. Saat ini, kemasan garam tradisional ini masih menggunakan bahan plastik dengan label kemasan sederhana. Penting untuk diingat bahwa kemasan bukan hanya sekadar wadah untuk produk, tetapi juga harus mampu menyampaikan pesan melalui informasi dan komunikasi antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, perlu adanya perhatian lebih dalam hal desain kemasan agar dapat menarik minat konsumen dan memperkenalkan produk secara lebih baik. Dalam ilmu pemasaran, desain kemasan merupakan daya tarik produk (*product charm*), karena kemasan merupakan tahap akhir proses produksi yang seharusnya menarik mata (*eye catching*) dan penggunaan (*usage attractiveness*). (Junaidi, 2009). Dalam mengembangkan desain kemasan, perlu dipertimbangkan faktor-faktor seperti keamanan, kebersihan, daya tahan, dan kepraktisan. Oleh karena itu, diperlukan perancangan ulang desain kemasan garam tradisional produk "Laut Bali" di Desa Tejakula. Perancangan ulang ini bertujuan memberikan desain kemasan yang menarik, inovatif, dan merepresentasikan identitas produk. Dengan demikian, diharapkan produk garam tradisional tersebut memiliki daya saing yang lebih baik serta dapat dikenal dan bisa menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang dibahas pada tugas akhir ini adalah bagaimana wujud rancangan ulang desain kemasan garam tradisional produk “Laut Bali” di desa Tejakula, Buleleng, Bali.?

1.3. Batasan Masalah

Untuk memberi ruang lingkup yang jelas, lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahasan yang terlalu luas dalam perancangan tugas akhir ini, maka perlu dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Perancangan tugas akhir ini berfokus pada perancangan ulang desain kemasan garam tradisional produk “Laut Bali” di desa Tejakula, Buleleng, Bali,
2. Perancangan media pendukung yang menarik dan efektif, seperti Logo, *Paperbag* Produk, *X-Banner*, Papan Nama, *Stationary kits* (Kartu Nama, Kop Surat, Stempel, dan Amplop), Sosial Media Post (*Instagram Feed*), Desain Seragam Kerja (Apron / Celemek Kerja dan Hairnet Topi Kerja), dan Merchandise (T-shirt).

1.4. Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah di atas yang sudah melalui pembatasan masalah maka tujuan perancangan ini adalah untuk membuat rancangan ulang desain kemasan garam tradisional produk “Laut Bali” yang menarik, inovatif dan beberapa media pendukung agar memiliki daya saing yang lebih baik serta dapat dikenal atau menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

1.5. Manfaat Perancangan

Hasil akhir dari perancangan tugas akhir ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang positif untuk berbagai pihak sebagai berikut :

A. Bagi Mahasiswa/Perancang

Dengan adanya perancangan desain kemasan ini, perancang mendapat pengalaman secara langsung dalam mengelola bahan informasi perancangan ini untuk direalisasikan dan dapat meningkatkan pemahaman mengenai perancangan ulang desain kemasan garam tradisional produk “Laut Bali” di Desa Tejakula

B. Bagi Masyarakat

Dengan adanya perancangan ini, diharapkan masyarakat lebih paham dan mengenal lagi mengenai perancangan ulang desain kemasan garam tradisional produk “Laut Bali” di Desa Tejakula.

C. Bagi Akademik

Dengan perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang nantinya dapat digunakan dengan baik oleh mahasiswa sebagai referensi dalam perancangan selanjutnya yang berkaitan dengan perancangan ulang desain kemasan garam tradisional produk “Laut Bali” di Desa Tejakula. dan juga dengan harapan perancangan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

1.6. Sasaran/Target Perancangan

Dalam perancangan tugas akhir ini, target sasaran yang dituju adalah masyarakat umum atau konsumen dengan range usia berapapun, kelas ekonomi menengah ke atas, dan untuk target wilayah atau geografis, perancang menargetkan di wilayah lokal, nasional, dan internasional.

1.7. Alur Perancangan

Dalam metodologi perancangan desain di berbagai literatur desain yang membahas beragam tahapan dalam memdesain, namun disederhanakan menjadi tiga tahap (Hananto, 2020):

1. Tahapan pradesain, dimana desainer mengumpulkan data atau riset mengenai produk termasuk membuat *creative brief*
2. Tahapan desain, dimana desainer masuk kedalam tahap membuat perancangan visual untuk desain produk, baik membuat *thumbnail*, sketsa kasar, sketsa komprehensif, sampai ke tahap gambar digital.

3. Tahapan pascadesain, dimana desainer mengimplementasikan desain yang telah dihasilkan kedalam medium atau media cetak atau digital untuk diproduksi atau publikasikan.

