

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Bali merupakan salah satu destinasi wisata internasional yang saat ini memiliki banyak peluang dalam potensi ekonomi. Keberadaan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Bali tidak hanya melayani kebutuhan lokal, tetapi juga wisatawan domestik dan mancanegara. Keberadaan UMKM tidak hanya menyediakan lapangan kerja namun juga mempertahankan warisan budaya khas Bali. Meskipun memiliki potensi yang besar, keberadaan UMKM di Bali masih sering menghadapi berbagai kendala yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Salah satu kendala utama adalah tantangan dalam hal pemasaran dan distribusi produk. Saat ini, sebagian UMKM belum memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik secara lokal maupun internasional. Hal ini terjadi karena keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital dan platform e-commerce. Keterbatasan inilah yang menjadi hambatan signifikan, terutama di era digital saat ini dimana kehadiran online menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing.

Salah satu usaha yang mengembangkan oleh-oleh untuk menunjang pariwisata berbahan anggur hitam Banjar ini adalah Kedai Anggur. Kedai Anggur merupakan sebuah e-commerce yang menjual berbagai macam produk seperti selai, wine, jus, kerupuk, dodol, kismis, jajan matahari, teh, kopi, dan iwel dari biji anggur. Pemanfaatan bahan anggur hitam merupakan hasil dari Desa Banjar sebagai sentra penghasil anggur terbesar di Buleleng bahkan di Bali. Usaha ini berdiri sejak tahun 2016 dengan jumlah anggota sebanyak 35 orang. Anggotanya merupakan istri dari para petani anggur di Desa Banjar. Awalnya, keberadaan usaha hanya menjual anggur segar dengan kemasan styrofoam yang dijual kepada masyarakat di Pasar Desa Banjar. Kini, keberadaan Usaha Kedai Anggur melakukan penjualan dengan pemanfaatan teknologi digital melalui e-

*commerce*, semua produk di bawah naungan CV. PIONIR AKSELERASI SEJAHTERA, Buleleng, Bali.

Salah satu olahan produksi Kedai Anggur yang sangat menarik adalah selai anggur hitam. Saat ini produk selai berbahan anggur di pasaran masih jarang ditemukan. Terlebih lagi dengan bahan asli daerah Banjar, Buleleng tentunya produk selai ini dapat mengangkat nama daerah dan menjadikan produk sebagai oleh-oleh yang khas. Dalam konteks selai anggur hitam, bukan hanya rasa yang menentukan daya tarik, tetapi juga kemasan yang memikat menjadi faktor krusial dalam membedakan produk, meningkatkan nilai estetika, dan memicu minat konsumen. Perubahan sistem pemasaran saat ini yang condong ke pemasaran online, menghendaki jaminan kemasan yang apik dan menarik, karena daya tarik visual cenderung lebih mudah diperjualbelikan secara online (Witari, Suryana & Febriany, 2022). Melihat era digital saat ini bahwa pengaruh media sosial dan eksposur online dapat memberikan dampak besar terhadap citra merek, penting untuk memperbarui strategi kemasan agar dapat menonjol di antara informasi visual yang begitu melimpah. Selai anggur hitam yang lezat dan bernutrisi harus dihadirkan dalam kemasan yang tidak hanya mencerminkan kualitas produk tetapi juga memancing keingintahuan dan keinginan konsumen modern.

Dalam rangka itu, tugas akhir ini memiliki fokus untuk merancang kemasan produk dengan strategis sehingga menghasilkan desain kemasan yang bersifat inovatif. Tidak hanya label, desain dilengkapi dengan komponen inovasi berupa *sliding box* dan *paper bag* yang akan menambah ketertarikan konsumen. Perancangan media promosi pendukung berupa brosur, kartu nama, dan lainnya juga dibuat senada dengan desain kemasan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan rasa familiar serta kepercayaan terhadap produk sehingga terbangun rasa loyalitas pelanggan pada brand Kedai Anggur. Perancangan kemasan bukan hanya tentang penampilan visual, tetapi juga tentang menyampaikan cerita produk, nilai tambah, dan kualitas. Sehingga hasil akhir produk dapat mengembangkan strategi branding kemasan selai anggur hitam yang tidak hanya mencerminkan keunggulan rasa produk

tetapi juga membangun keterhubungan emosional dengan konsumen dan mendorong pengalaman belanja yang memuaskan.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Bagaimana menciptakan inovasi dalam kemasan selai Kedai Anggur untuk meningkatkan promosi dan daya tarik konsumen?
2. Bagaimana merancang visualisasi media pendukung untuk meningkatkan loyalitas brand bagi selai Kedai Anggur?

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam perancangan judul ini, tentunya ada batasan masalah, antara lain:

1. Pembatasan difokuskan pada perancangan desain kemasan selai Kedai Anggur yang dapat meningkatkan citra produk.
2. Selain melakukan perancangan kemasan selai, fokus kedua yaitu merancang media promosi berupa logo, kartu nama, brosur, *t-shirt*, *tote bag*, feed IG, dan reels IG.

## 1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan yang ingin penulis berikan dalam perancangan kemasan ini antara lain:

1. Menciptakan desain kemasan yang dapat meningkatkan citra produk selai Kedai Anggur.
2. Meningkatkan promosi usaha Kedai Anggur melalui media promosi berupa logo, kartu nama, brosur, *t-shirt*, *tote bag*, feed IG, dan reels IG.

## **1.5 Manfaat Perancangan**

Adapun manfaat perancangan kemasan produk selai Kedai Anggur sebagai berikut :

1. Bagi masyarakat, manfaat dari perancangan kemasan selai anggur untuk memperkenalkan produk oleh-oleh khas daerah Banjar yang memiliki potensi istimewa.
2. Bagi Usaha, manfaat dari perancangan kemasan selai anggur untuk meningkatkan citra produk dan mengenalkan produk kepada konsumen luas.
3. Bagi penulis, mendapat pengalaman dan menambah skill mendesain dalam pembuatan media promosi.
4. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha hasil perancangan ini diharapkan dapat dipergunakan untuk menambah referensi mengenai perancangan desain dan promosi kemasan suatu produk.

## **1.6 Sasaran/Target Perancangan**

Target utama hasil perancangan ini adalah:

Dalam “Perancangan Kemasan Sebagai Media Promosi Selai Produksi Kedai Anggur Banjar, Buleleng” ini menasar ke wisatawan lokal maupun mancanegara yang ingin berlibur di Bali terutama Bali Utara bisa mendapatkan informasi tentang keberadaan selai anggur hitam khas Banjar ini dan selanjutnya diharapkan mereka ingin merasakan produk tersebut.

## **1.7 Pengertian Judul**

Dalam tugas akhir berjudul “Perancangan Kemasan Sebagai Media Promosi Selai Produksi Kedai Anggur Banjar, Buleleng” ini memiliki makna:

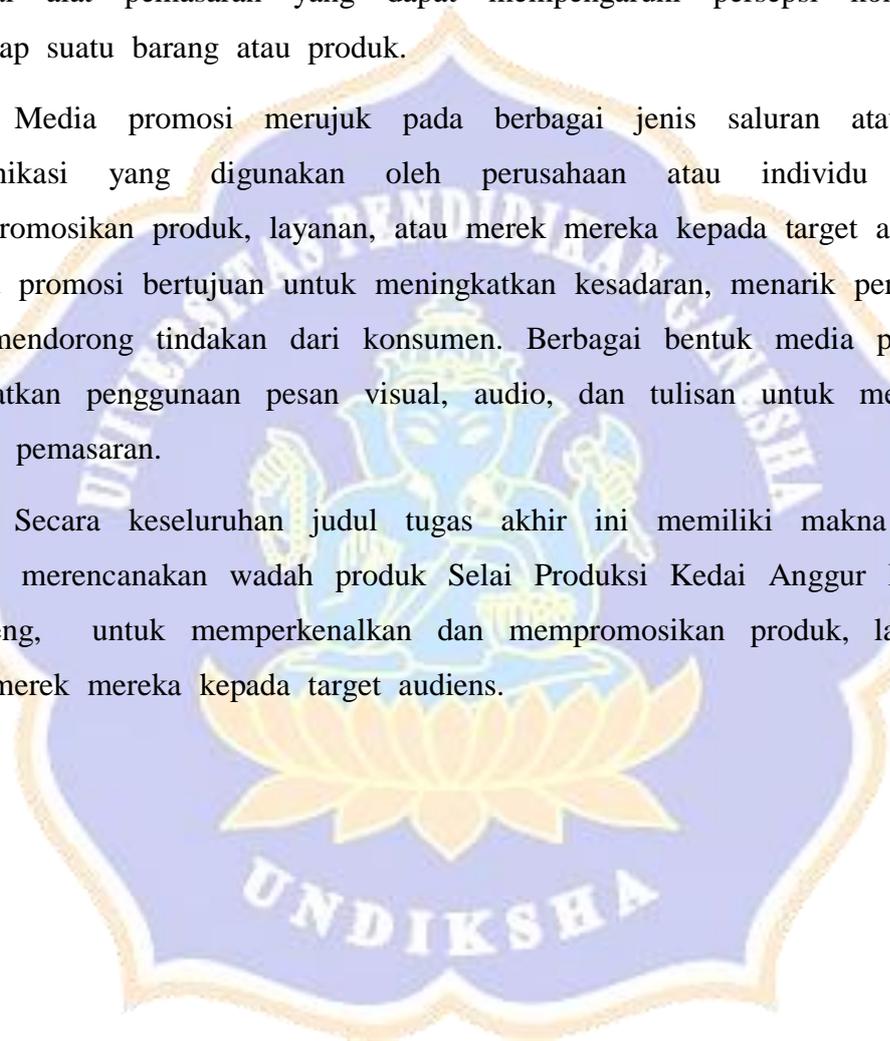
Perancangan adalah proses merencanakan atau merancang sesuatu sebelum dilaksanakan atau dibangun. Perancangan melibatkan langkah-

langkah seperti pemikiran, perencanaan, dan penentuan strategi untuk mencapai suatu tujuan atau menciptakan suatu produk, sistem, atau proses.

Kemasan mengacu pada bahan atau wadah yang digunakan untuk melindungi, menyimpan, mengemas, dan mengangkut suatu produk. Kemasan memiliki peran penting dalam industri karena bukan hanya sebagai sarana untuk menjaga keamanan dan integritas produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu barang atau produk.

Media promosi merujuk pada berbagai jenis saluran atau alat komunikasi yang digunakan oleh perusahaan atau individu untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek mereka kepada target audiens. Media promosi bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, menarik perhatian, dan mendorong tindakan dari konsumen. Berbagai bentuk media promosi melibatkan penggunaan pesan visual, audio, dan tulisan untuk mencapai tujuan pemasaran.

Secara keseluruhan judul tugas akhir ini memiliki makna suatu proses merencanakan wadah produk Selai Produksi Kedai Anggur Banjar, Buleleng, untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk, layanan, atau merek mereka kepada target audiens.



## 1.8 Alur Perancangan

