

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara berkembang dengan jumlah populasi penduduk terbesar di Asia Tenggara. Per tahun 2018 jumlah penduduk di Indonesia mencapai hampir 262 juta jiwa (Sumber. *BPS:2018*) Dengan jumlah penduduk yang besar Indonesia menjadi target pasar potensial baik untuk produk-produk dari dalam negeri atau pun produk-produk dari luar negeri. Beberapa jenis komoditas pasar produk terbesar, yaitu : produk-produk pangan dan produk-produk fashion.

Khusus untuk pasar produk fashion di Indonesia terus mengalami perkembangan. Hal itu dapat dilihat dengan menjamurnya swalayan dan toko berbagai jenis produk fashion seperti pakaian, tas dan sepatu yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Ini juga didukung dengan bermunculannya produsen dalam negeri yang terus berinovasi dan dapat bersaing di pasar dalam negeri dan bahkan luar negeri.

Dengan kualitas produk yang baik dan desain produk yang kreatif, produsen-produk fashion di Indonesia terus menciptakan berbagai varian produk dan salah satu varian produk fashion yang terus berkembang dan berinovasi adalah produk sepatu. Sepatu merupakan salah satu komoditas produk fashion yang memiliki berbagai jenis varian dari sepatu kulit, sepatu sneakers, sepatu olah-raga dan lainnya. Tingginya minat masyarakat di Indonesia terhadap ketersediaan produk sepatu merupakan cerminan masyarakat yang aktif dan produktif guna mendukung kegiatan sehari-hari.

Daerah di Indonesia yang merupakan pusat sepatu dengan jumlah produsen sepatu terbesar adalah Kota Bandung. Dan salah satu kawasan di Kota Bandung yang terkenal sebagai produsen sepatu kulit adalah daerah Cibaduyut yang hampir di sepanjang jalan Cibaduyut terdapat outlet dan industri sepatu. Selain daerah Cibaduyut dengan sepatu kulitnya, juga tersebar berbagai outlet atau toko-toko sepatu berbagai jenis seperti yang berada di sepanjang jalan Dipatiukur dan Jalan Riau.

Kota Bandung sebagai kawasan wisata dan pusat perbelanjaan yang besar di Indonesia juga merupakan kota kreatif yang terus menciptakan produk-produk inovatif

dan ide- ide usaha yang kreatif. Dengan ketersediaanya berbagai produsen dan outlet-outlet penyedia produk sepatu tersebut menjadi inspirasi ide usaha berupa penyedia jasa laundry sepatu sebagai sarana perawatan sepatu. Peluang usaha jasa laundry sepatu sangat potensial, karena berbanding lurus dengan pasar produk- produk sepatu. Laundry- laundry sepatu mulai tersebar di berbagai kota besar di Indonesia yang bukan hanya di kota Bandung saja, tetapi seperti Jakarta, Surabaya, Yogyakarta bahkan Medan.

Jasa Laundry sepatu ini menyediakan berbagai jenis layanan perawatan sepatu, seperti : cuci sepatu, pewangi sepatu, servis repaint sepatu dan banyak lainnya. Jasa ini dibutuhkan para pengguna sepatu dikarenakan kurangnya waktu untuk merawat sepatunya sendiri dan perlunya perawatan khusus guna merawat sepatu sehingga tidak mudah rusak dan memiliki masa pemakaian yang lebih lama.

Dan salah satu pelaku usaha kreatif di kota Bandung adalah Pak Mujiono. Seperti yang dijelaskan diatas dengan berkembangnya pasar produk- produk sepatu dan mulai munculnya jasa layanan laundry sepatu, Pak Mujiono menjadi salah satu pioner di kota Bandung. Berbekal lulusan jurusan teknik industri, Pak mujiono mulai merintis usaha jasa layanan laundry sepatu. Usaha ini bukan langsung berjalan tetapi diawali dari usaha laundry pakaian pada tahun 2012 di daerah kampus Universitas Telkom dan didasari dari hoby pak Mujiono mengkoleksi sepatu- sepatu jenis sneakers, kemudian membeli produk- produk perawatan sepatu sampai mulai merintis usaha jasa layanan laundry sepatu nya sendiri pada awal 2014. Usaha ini diberi nama “Oktopus” oleh pak Mujiono.

Usaha loundy sepatu pak Mujiono mulai membuahkan hasil. Berjalan waktu Pak Mujiono mulai berfikir tentang produksi produk- produk perawatan sepatu sendiri. Selama beberapa waktu berjalannya usaha laundry sepatu pak Mujiono menggunakan produk perawatan sepatu yang berasal dari kota Yogyakarta. Produk tersebut masih menggunakan bahan campuran kimia dan sudah mempunyai pasar yang luas di Indonesia. Pak Mujiono pun mulai membuat dan memproduksi sendiri pada akhir 2014. Produk- produk perawatan sepatu dengan menggunakan bahan baku alami dari buah kelapa yang diolah. Produk- produk perawatan sepatu pak Mujiono terdiri dari :

sabun pembersih, parfum sepatu, repaint sepatu, unyellow sepatu dan semir sepatu. Di samping itu juga menyediakan peralatan perawatan seperti sikat semir dan lap pembersih.

Untuk pemasarannya produk perawatan sepatu hasil produksi sendiri pak Mujiono membutuhkan kemasan, logo produk dan botol untuk setiap jenis produknya. Pak Mujiono pun menggunakan model yang sama untuk produknya sendiri dengan desain dari produk perawatan sepatu yang sebelumnya digunakan yang berasal dari kota Yogyakarta dan hanya melakukan modifikasi tertentu saja. Hal ini diakui pak Mujiono karena ingin bersaing dengan produk tersebut dan meraih pencapaian sama seperti produk tersebut.

Setelah berjalan beberapa tahun, pada tahun 2016 pemasaran produk perawatan sepatu IRT Oktopus sudah berkembang pesat. Yang sebelumnya hanya berfokus di kota Bandung saja, kini telah tersebar di beberapa kota besar di Indonesia, seperti, Makasar, Surabaya dan Yogyakarta.

Dengan pencapaian pasar seperti sekarang dan pengembangan kedepan, pak Mujiono baru menyadari bahwa kemiripan desain yang sebelumnya dapat berpengaruh terhadap konsumen yang sulit membedakan produk. Oleh sebab itu perlu dibuatnya identitas visual yang tepat dan dapat meningkatkan nilai dan fungsi produk, juga ciri khas produk yang salah satunya berbahan dasar alami dari buah kelapa.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan sebelumnya, dapat di ambil beberapa permasalahannya antara lain :

- Produk perawatan sepatu mempunyai potensi untuk dipasarkan luas namun belum memiliki identitas visual yang tepat dan memiliki ciri khas.

- Kemasan produk perawatan sepatu belum termasuk sebagai kemasan yang dapat meningkatkan nilai dan fungsi produk.
- Pemilihan botol produk yang kurang tepat yang sesuai dengan fungsi dan nilai produk perawatan sepatu.
- Kurangnya perhatian dan pemahaman produsen terhadap sebuah identitas visual merek guna memudahkan konsumen untuk mengenali dan membedakan produknya dari produk yang lain.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran diatas, maka rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah bagaimana merancang identitas visual dan kemasan produk perawatan sepatu Octopus yang memiliki ciri khas dan sesuai dengan fungsi produk untuk industri rumah tangga Octopus.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang ditentukan oleh penulis bertujuan untuk memberikan fokus pada penelitian yang akan dilakukan dengan menggunakan metode 5W1H :

- What* (apa)
Perancangan identitas visual pada rangkaian produk perawatan sepatu octopus di kota Bandung.
- Who* (siapa)
Konsumen berusia 20 – 40 tahun.
- When* (kapan)
Pengumpulan data dimulai sejak awal Januari 2018 – juli 2018.
- Where* (dimana)
Penulis melakukan penelitian ini di industri rumah tangga *Octopus*.
- Why* (kenapa)
Banyaknya kesalahpahaman konsumen mengenai produk pembersih sepatu yang diproduksi oleh industri rumah tangga *Octopus*..

f. *How* (bagaimana)

Menentukan jenis atau bentuk identitas visual pada kemasan produk pembersih sepatu yang tepat dan memiliki ciri khas agar konsumen tidak salah paham mengenai produk pembersih sepatu ini.

1.4 Batasan Masalah

Untuk memberikan fokus penelitian, maka penulis memberi batasan masalah sebagai berikut:

- Jenis atau bentuk identitas visual seperti apa yang efektif untuk menarik calon konsumen.
- Konsep perancangan identitas visual seperti apa yang mampu menarik perhatian calon konsumen.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan dilaksanakannya penelitian dimaksudkan sebagai berikut:

Identitas visual sebuah perusahaan itu sangat penting karena mencerminkan citra dari perusahaan itu sendiri. Identitas visual produk perawatan sepatu ini dinilai kurang mencerminkan karakter produk itu sendiri. Oleh karena itu perlu merancang identitas visual yang baru sehingga diperoleh identitas visual yang mencerminkan produk perawatan sepatu, tepat sasaran dan konsumen tidak salah paham mengenai produk perawatan sepatu ini.

Dari tujuan diatas dapat diperoleh manfaat adalah sebagai berikut:

1.5.1 Secara akademis :

Dengan adanya penelitian ini, konsumen paham dan mengenali produk perawatan sepatu dengan bantuan media yang lebih *modern*.

1.5.2 Secara praktis :

Dengan adanya perancangan identitas visual yang baru, konsumen tidak salah paham mengenai produk perawatan sepatu ini.

1.6 Metode Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yang dijelaskan oleh Anselm Strauss dan Corbin (1997:6) yang dimana secara umum dapat digunakan untuk penelitian mengenai kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain.

1.7 Metode Analisis Data

Dalam penulisan laporan ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT. Pengertian SWOT yang dikemukakan oleh salah satu pakar SWOT Indonesia, yaitu Freddy Rangkuti adalah sebagai berikut, “Analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman”.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Berikut beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis:

a. Wawancara

Untuk melengkapi data yang dibutuhkan, maka dilakukan wawancara dengan pemilik atau *owner* dari industri rumah tangga *Octopus* bapak Mujiono.

b. Observasi

Observasi dilakukan kepada industri rumah tangga *Octopus*.

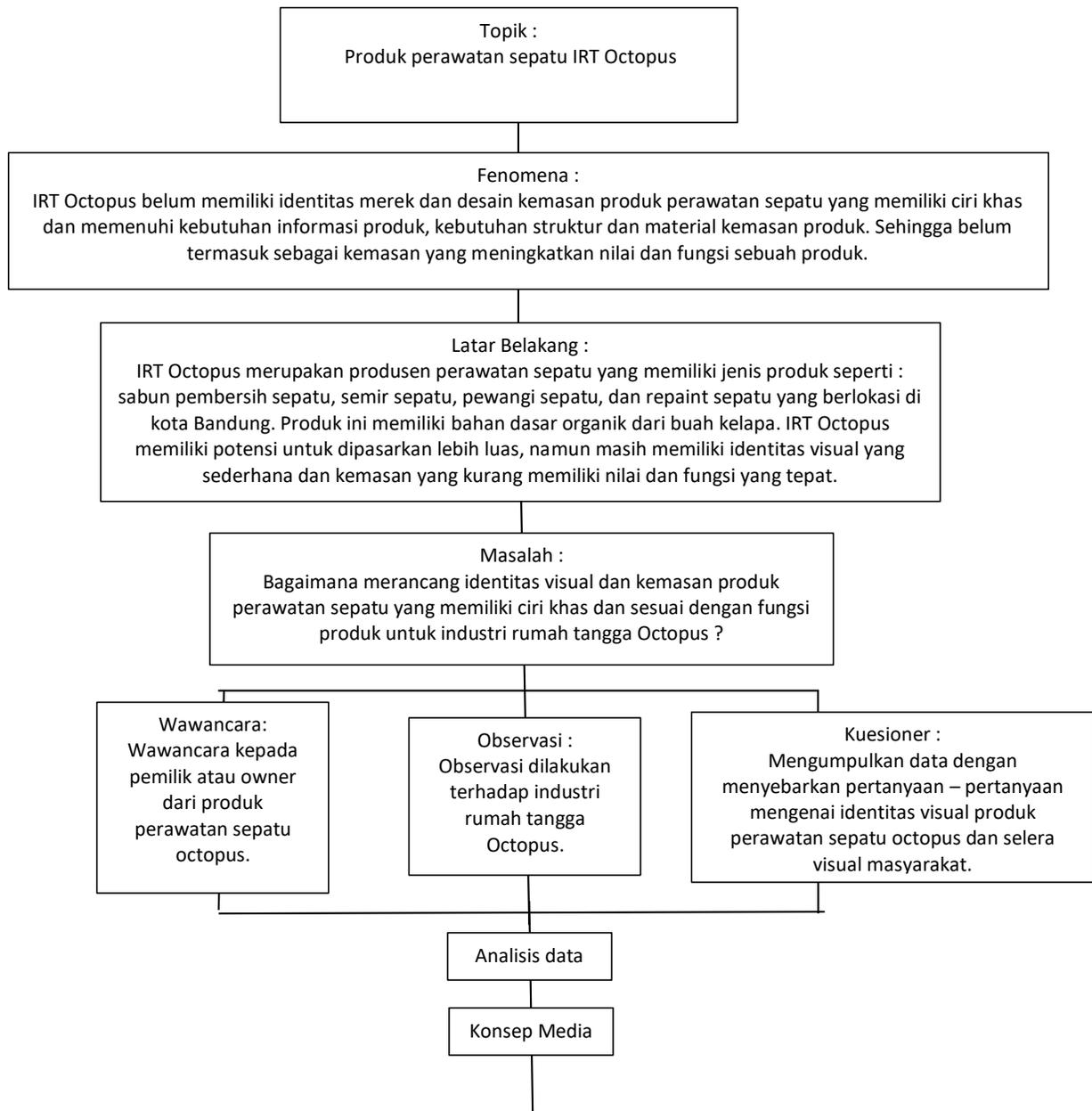
c. Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner mengenai identifikasi produk pembersih sepatu industri rumah tangga *Octopus* dan selera visual masyarakat.

d. Studi Pustaka

Studi Pustaka data dari *Internet* dan juga buku-buku penunjang untuk perancangan karya dilakukan agar perancangan yang akan dihasilkan nantinya sesuai dengan teori yang telah dikemukakan oleh para ahli.

1.9 Kerangka Perancangan



<p>Solusi :</p> <p>Merancang identitas merek dan desain kemasan produk perawatan sepatu IRT Octopus yang sesuai dengan nilai dan fungsi produk serta pemilihan struktur dan material kemasan produk yang sesuai dan dapat meningkatkan nilai dan fungsi produk, juga dapat dibedakan dengan produk- produk sejenis</p>
--

Tabel 1.1 Kerangka Perancangan

(Sumber : Dokumentasi Ariandita Rezal Tirto Pangarsa, Januari 2018)

1.10 Sistematika Penulisan

BAB I. Pendahuluan

Merupakan uraian mengenai latar belakang perancangan yang jelas dan rinci mengenai masalah yang sedang diangkat dan masalah tersebut perlu dipecahkan. Selain latar belakang, adapun tujuan dan manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian tersebut. Bukan hanya itu, metode penelitian, metode analisis data dan sistematika penulisan juga dibahas di BAB ini.

BAB II. Teori dan Dasar Pemikiran

BAB ini berisi tentang teori dan dasar pemikiran yang relevan sebagai landasan untuk menulis laporan tugas akhir ini.

BAB III. Data dan Analisis Masalah

Berisi tentang pembahasan data yang sudah diperoleh selama kegiatan penelitian berlangsung dan juga hasil analisis data.

BAB IV. Konsep dan Hasil Perancangan

Berisi tentang acuan konsep desain identitas visual yang akan dirancang dimulai dari sketsa hingga hasil akhir perancangan.

BAB V. Kesimpulan dan Penutup

Menjelaskan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang sudah dilakukan.