

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Packaging atau kemasan suatu produk memiliki dua fungsi utama, yaitu melindungi produk dari pengaruh lingkungan eksternal dan mendukung tujuan promosi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mateen Khan (2018), menunjukkan bahwa pengemasan dan faktor-faktor pendukungnya memiliki dampak positif terhadap niat beli konsumen. Konsumen dalam mengambil keputusan terkadang bersifat kurang objektif, konsisten, dan rasional. Oleh karena itu, konsumen sering melakukan penilaian kualitas berdasarkan bentuk dan visualisasi dari sebuah kemasan. Fungsi kemasan selain untuk melindungi suatu produk agar tetap aman, utuh, dan juga menarik daya minat beli konsumen, kemasan juga menjadi media komunikasi antara produsen dengan konsumen serta menjadi media untuk mempromosikan suatu *brand* (SA Putri, 2021). Elemen seperti desain, kualitas, dan warna kemasan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen. Selain itu, kemasan berfungsi juga sebagai proposisi penjualan utama yang membantu konsumen membedakan suatu produk serta menjadi ciri khas suatu perusahaan (Mateen Khan et al., 2018).

Kemasan memiliki berbagai tujuan dan fungsi penting yang berperan penting selama proses produksi. Pertama, kemasan dirancang untuk meningkatkan daya tarik estetika sebuah produk dengan desain yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kategori produk tersebut. Kedua, kemasan berfungsi sebagai pelindung agar memastikan produk tetap dalam kondisi yang baik, tetap utuh dan tidak mengalami kerusakan. Ketiga, kemasan juga berperan dalam menjaga keamanan produk selama proses distribusi hingga sampai ke tangan konsumen. Terakhir, kemasan merupakan media sumber informasi yang memberikan detail penting kepada konsumen, seperti melalui label yang menunjukkan identitas suatu produk (Ginting & Hartati, 2023).

Berdasarkan hasil observasi, Butik Uchi Bobby Collection merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang *fashion* muslim, yang menyediakan berbagai jenis pakaian untuk dewasa, anak-anak, serta baju koko. Produk-produk yang ditawarkan menggunakan bahan berkualitas tinggi dengan desain terbatas, sehingga memiliki nilai eksklusivitas tersendiri (Winasti, 2024). Saat ini, Butik Uchi Bobby Collection telah memiliki gerai fisik yang berlokasi di Makassar dan Pacitan untuk melayani pembelian secara langsung. Sementara itu, pusat produksi dan pengembangan model pakaian terletak di Tangerang Selatan yang juga menangani penjualan secara daring serta pemesanan khusus dari pelanggan. Kehadiran butik ini mencerminkan perkembangan positif dalam industri *fashion* muslim di Indonesia yang mengutamakan kualitas dan nilai estetika.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, desain *packaging* suatu produk menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen (Ginting & Hartati, 2023). Butik Uchi Bobby Collection sebagai perusahaan yang berfokus pada strategi pemasaran kreatif, seperti *Public Relations Package (hampers)*, memiliki peluang besar untuk memaksimalkan dampak *packaging* dalam meningkatkan minat beli pada produk mereka. Namun, masalah muncul ketika desain *packaging* yang digunakan belum sepenuhnya mencerminkan nilai estetika yang sesuai dengan kebutuhan target pasar, sehingga berpotensi memengaruhi ketertarikan konsumen terhadap produk.

Maka dari itu diperlukan adanya perancangan desain *packaging* untuk meningkatkan minat beli konsumen yang bertujuan untuk menghasilkan desain yang inovatif dan kreatif untuk *packaging* hampers Butik Uchi Bobby Collection agar memperkuat daya tarik konsumen sekaligus meningkatkan nilai produk di pasar.

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, desain kemasan memiliki peran penting dalam memperkuat citra dan nilai suatu produk. Butik Uchi Bobby Collection sebagai perusahaan *self manufactured* pakaian yang bergerak di sektor produksi dan distribusi perlu menciptakan kemasan yang tidak hanya fungsional, tetapi juga mampu menarik perhatian target pasar. Namun, berdasarkan pengamatan, desain kemasan pada produk Butik Uchi Bobby Collection masih belum optimal dalam mencerminkan identitas dan nilai estetika yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, diperlukan perancangan desain kemasan pakaian yang inovatif dan kreatif agar dapat memperkuat daya tarik produk serta mendukung citra Butik Uchi Bobby Collection di pasar.

Beberapa masalah yang dapat diidentifikasi mengenai desain kemasan pada Butik Uchi Bobby Collection antara lain :

1. Material kemasan kurang memberikan kesan eksklusif
2. Kurangnya penguatan identitas produk melalui kemasan
3. Desain kemasan belum multiguna
4. Penggunaan material yang kurang ramah lingkungan

1.3. Rumusan Masalah (Problem Statement)

Karena belum adanya sarana dan prasarana desain kemasan yang dapat secara efektif memperkuat daya tarik dan citra produk pada Butik Uchi Bobby Collection, maka perlu dilakukan perancangan desain kemasan pakaian yang inovatif.

1.4. Pertanyaan Penelitian (Research Question/s)

1. Bagaimana perancangan desain kemasan yang inovatif dapat memperkuat daya tarik dan citra pada produk Butik Uchi Bobby Collection?

1.5. Tujuan Penelitian (*Research Objectives*)

1. Untuk mengetahui pengaruh desain kemasan pada Butik Uchi Bobby Collection

1.6. Batasan Masalah (*Delimitation/s*)

1. Penelitian ini berfokus pada desain kemasan yang dapat memperkuat daya tarik dan citra produk konsumen pada Butik Uchi Bobby Collection.
2. Penelitian ini berfokus pada desain kemasan yang inovatif dan praktis.
3. Desain kemasan ini menggunakan material yang ramah lingkungan.
4. Aspek desain mengutamakan fungsional.
5. Penggunaan kemasan difokuskan kepada prinsip *reuseable* (siklus kemasan)
6. Perancangan difokuskan pada fungsi kemasan sebagai media pengemasan dan perlindungan produk

1.7. Ruang Lingkup Penelitian (*Scope*)

Ruang lingkup dalam penelitian ini akan dilakukan pada produk Butik Uchi Bobby Collection yang dipasarkan, dengan fokus pada desain kemasan produk tersebut untuk memperkuat daya tarik dan citra produk.

1.8. Keterbatasan Penelitian/Perancangan (*Limitation*)

Penelitian ini menghadapi beberapa keterbatasan, seperti terbatasnya waktu dan anggaran yang dapat membatasi kedalaman analisis dan pengujian desain kemasan, serta keterbatasan dalam pengumpulan data yang hanya mengandalkan sampel terbatas, tidak sepenuhnya mewakili preferensi pasar yang lebih luas.

1.9. Manfaat Penelitian

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian mengenai perancangan kemasan produk yang berfokus pada aspek keberlanjutan, fungsi, dan efisiensi penggunaan.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini memberikan pemahaman lebih mengenai peran penting desain kemasan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya penelitian ini, dapat membuka wawasan masyarakat tentang bagaimana desain kemasan yang baik dapat mempengaruhi cara konsumen melihat kualitas suatu produk.

3. Bagi Industri

Penelitian ini dapat dijadikan pedoman dalam merancang kemasan produk yang fungsional, efisien, ramah lingkungan, serta dapat digunakan kembali oleh konsumen. Industri dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai acuan untuk menciptakan kemasan yang tidak hanya mendukung perlindungan dan distribusi produk, tetapi juga meningkatkan citra merek melalui kepedulian terhadap lingkungan dan kebutuhan praktis konsumen.

1.10. Sistematika Penulisan Berisi tentang susunan penulisan laporan penelitian.

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang pentingnya desain kemasan, identifikasi masalah pada kemasan produk Butik Uchi Bobby Collection, rumusan masalah, tujuan, batasan dan ruang lingkup penelitian, keterbatasan, manfaat, serta sistematika penulisan.

2. BAB II KAJIAN

Bab ini menyajikan tinjauan pustaka dari penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan, kajian teoretis tentang perancangan, kemasan, daya tarik visual, dan minat beli

konsumen, serta kajian empiris berdasarkan observasi, kuesioner, dan wawancara terhadap konsumen dan pemilik Butik Uchi Bobby Collection.

3. BAB III METODE

Bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan (mixed method), teknik pengumpulan data (observasi, kuesioner, wawancara), teknik analisis data, metode perancangan berbasis SCAMPER, serta tahapan dan instrumen validasi dalam proses perancangan desain kemasan untuk Butik Uchi Bobby Collection

4. BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang tahapan dan teknis dalam proses merancang kemasan produk pakaian di Butik Uchi Bobby Collection, dimulai dari proses perancangan yang memuat langkah-langkah sistematis menggunakan metode SCAMPER, konsep umum, konsep perancangan, sketsa produk, konsep produk, hingga validasi produk sebagai hasil akhir.

5. BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan perancangan desain kemasan untuk produk pakaian di Butik Uchi Bobby Collection yang disusun berdasarkan hasil analisis data. Bab ini juga memuat saran yang dapat dijadikan acuan untuk pengembangan desain kemasan di masa mendatang, baik untuk penelitian selanjutnya maupun pihak Butik Uchi Bobby Collection.

6. DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisi daftar referensi yang digunakan dalam penyusunan penelitian berupa buku, jurnal, artikel, serta sumber daring yang relevan dengan topik penelitian.