

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kosmetik di Indonesia yang sedang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Jumlah perusahaan meningkat dari 913 pada 2022 menjadi 1.010 pada pertengahan 2023, dan sekitar 95% di antaranya merupakan pelaku UMKM. Di antara berbagai segmennya, skincare menempati pasar terbesar kedua dengan nilai mencapai USD2,05 miliar, mencerminkan peluang besar bagi pengembangan produk yang inovatif dan kompetitif [1]. Industri kosmetik di Indonesia diklasifikasikan menjadi produk *makeup* dan produk *skincare*. Produk *makeup* adalah produk untuk wajah yang bertujuan untuk menghias, memperindah, dan mempercantik penampilan seseorang. Sedangkan produk *skincare* adalah produk yang berguna untuk membersihkan, melindungi atau memelihara kulit baik wajah maupun tubuh.

Produk *skincare* berdasarkan data yang diperoleh dari Inventura-Alvara dalam Indonesia Industry outlook dari beberapa responden yang tersebar di 7 kota besar di Indonesia. Sebanyak 78,2% responden menjadi lebih sering membeli produk *skincare* dibandingkan dengan *makeup* dekoratif sejak masa pasca-COVID hingga saat ini. Sehingga bisa ditemui bahwa produk kosmetik terutama *skincare* benar benar menjadi produk pilihan yang digemari di Indonesia. Pertumbuhan minat terhadap produk *skincare* itulah, mendorong banyak pelaku usaha dari skala industri hingga industri rumahan.

Salah satu industri rumahan yang bergerak dibidang industri *skincare natural* adalah Arkakala Eco yang berasal dari kota Purwokerto, Jawa Tengah. Arkakala awalnya memproduksi *artisan soap* yang kemudian memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran kepada masyarakat terutama tentang dampak yang dihasilkan produk perawatan tubuh terutama sabun yang zat didalamnya berbahaya bagi makhluk hidup disekitar. Memiliki filosofi *growth, circural, sustain, moment*, dan *artisans*. Produk Arkakala Eco terdiri dari sabun batang, *lip balm, respiratory balm, solid parfum, hair pomade, shampo bar, body butter*, dan *natural* deodorant. Walaupun Arkakala sudah berkembang, tetapi citra brand Arkakala Eco belum kuat dan belum terlihat perbedaan dengan industri *skincare* alami serupa lainnya.

Citra brand menggambarkan persepsi yang akan tergambarkan dari brand yang bisa terbentuk ketika adanya penggabungan informasi yang menyatu dalam brand tersebut [2]. Visi dan Misi atau filosofi dari sebuah brand pasti bisa tersampaikan dengan baik. Dibutuhkan citra brand untuk membedakan produk di pasar dengan produk serupa. Logo, slogan, branding, kemasan terutama kemasan edisi khusus pasti bisa menginformasikan produk dengan baik. Kemasan merupakan gabungan antara beberapa aspek baik bentuk, struktur, material dan elemen desain lainnya. Desain kemasan berlaku sebagai identitas dari sebuah produk atau brand [3].

Kemasan yang selama ini masih digunakan Arkakala Eco adalah kemasan kardus dan kertas untuk kemasan sekunder maupun tersiernya. Plastik serta alumunium untuk kemasan primernya. Citra brand yang ingin diangkat adalah industri *skincare* alami, sehingga perlunya material tambahan untuk memberi kesan alami pada kemasan kemasan edisi khusus Arkakala Eco yang sudah ada sebelumnya. Terdapat berbagai jenis material alami yang bisa dipergunakan untuk kemasan, seperti bambu, kayu, dan rotan.

Di antara material alam seperti kayu, bambu dan rotan. Rotan terpilih sebagai material utama kemasan Arkakala karena memiliki keunggulan dari fleksibilitas, nilai estetika, serta potensi lokal yang mendukung citra brand. Struktur serat alamnya yang kuat dan elastis menjadikannya cukup aman sebagai pelindung kemasan. Teksturnya yang halus dan tampilannya yang alami memberi daya tarik visual tersendiri[4].

Meningkatnya minat terhadap produk *skincare* di Indonesia membuka peluang bagi brand lokal seperti Arkakala Eco untuk memperkuat citra brand. Namun, kemasan yang digunakan belum sepenuhnya mencerminkan nilai alami dan filosofi keberlanjutan yang diusung. Hal ini menunjukkan perlunya inovasi dalam desain kemasan yang tidak hanya fungsional, tetapi juga mampu menyampaikan karakter brand secara visual. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan desain kemasan kemasan edisi khusus berbahan rotan sebagai elemen pembeda yang mendukung identitas visual dan citra brand Arkakala Eco.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana jenis rotan yang memiliki karakteristik cocok untuk digunakan sebagai bahan dasar kemasan kosmetik *skincare*?
- b. Bagaimana mengembangkan kemasan *skincare* berbahan dasar rotan yang memiliki nilai estetika, fungsionalitas bentuk, serta mencerminkan identitas visual Arkakala Eco?

1.3 Tujuan Perancangan

- a. Mengidentifikasi jenis rotan yang memiliki karakteristik paling sesuai untuk digunakan sebagai bahan dasar dalam perancangan kemasan kosmetik *skincare*.
- b. Mengembangkan desain kemasan *skincare* berbahan dasar rotan yang mengutamakan nilai estetika, fungsionalitas bentuk, serta mampu merepresentasikan identitas visual dari brand Arkakala Eco.

1.4 Manfaat Perancangan

a. Manfaat bagi Penulis:

1. Memperdalam pemahaman tentang desain kemasan berbahan material alam, khususnya rotan.
2. Mengasah keterampilan dalam mengembangkan konsep visual produk yang memiliki filosofi dan nilai estetika tinggi.
3. Meningkatkan pengalaman dalam menyusun strategi desain yang berorientasi pada *brand identity*.

b. Manfaat bagi Pengguna :

1. Memberikan referensi baru mengenai desain kemasan produk *skincare* berbasis material lokal.
2. Meningkatkan apresiasi terhadap potensi rotan sebagai bahan kemasan produk modern dan bernilai jual tinggi.
3. Mendorong masyarakat untuk lebih mengenal dan mendukung produk lokal dengan karakter khas dan visual yang kuat.

c. Manfaat bagi Arkakala Eco:

1. Mendapatkan desain kemasan *skincare* yang dapat memperkuat identitas visual brand.
2. Meningkatkan daya tarik produk terhadap konsumen di pasar lokal melalui kemasan yang unik dan selaras dengan nilai brand.
3. Menjadi contoh produk lokal dengan pendekatan desain kontemporer yang tetap mengedepankan elemen kearifan lokal.

1.5 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup Pengembangan Desain Kemasan *Skincare* dari Material Rotan sebagai berikut:

- a. Material utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah rotan yang mencerminkan bahwa produk dari Arkakala Eco merupakan produk yang dibuat dari bahan alami
- b. Studi ini berfokus pada penerapan material rotan dalam pengembangan desain kemasan produk *skincare*, dengan mengutamakan fungsi estetika dan bentuk
- c. Cakupan penelitian meliputi analisis material, serta estetika desain kemasan yang sejalan dengan identitas visual Arkakala Eco
- d. Penelitian dilakukan dalam konteks pasar Indonesia

1.6 Metodologi Desain

Metode penelitian ini menggunakan metode *design thinking*. Terdapat lima tahap pada *design thinking*, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Metode awal penelitian yaitu *empathize*. Menggunakan metode kuantitatif, kualitatif dan eksperimen, dengan menyebarkan *focus group discussion*, wawancara, dan studi literatur untuk mengukur beberapa permasalahan yang akan di analisis.

1. *Empathize* (Empati)

Memahami kebutuhan, keinginan, dan masalah pengguna terkait kemasan *skincare* melibatkan analisis aspek fungsional, estetika, dan keberlanjutan. Proses ini bertujuan menciptakan kemasan yang memenuhi harapan pengguna, mengatasi permasalahan umum, dan memberikan nilai tambah melalui inovasi yang relevan :

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan desainer furnitur rotan, pengrajin, pengguna *skincare*, dokter spesialis kulit, owner toko produk *skincare* alami, dan desainer kemasan. Tujuannya untuk menggali informasi seputar teknik produksi dan karakteristik rotan, persepsi pengguna terhadap kemasan, keamanan material bagi kulit, tren pasar produk *skincare* alami, serta aspek visual dan fungsional dalam desain kemasan.

b. Studi Literatur

Studi literatur digunakan untuk menganalisis data sekunder dari berbagai sumber terpercaya seperti artikel ilmiah, jurnal, dan laporan penelitian. Fokus utama dari studi ini adalah informasi mengenai dampak limbah kosmetik terhadap lingkungan, serta tren dan inovasi dalam industri kecantikan. Data ini berguna sebagai landasan teori dan referensi untuk mendukung konsep perancangan kemasan.

c. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung untuk mengamati penggunaan material rotan dalam produk sehari-hari yang relevan, seperti keranjang, wadah, atau aksesoris dekoratif. Teknik ini digunakan untuk memahami bentuk, struktur, kekuatan, serta potensi visual material rotan saat diterapkan sebagai kemasan kosmetik. Hasil observasi juga membantu dalam menentukan aspek fungsional dan estetika yang bisa diadaptasi ke dalam desain produk.

d. *FOCUS GROUP DISCUSSION*

Focus group discussion digunakan sebagai teknik pengumpulan data primer untuk menggali preferensi pengguna *skincare* terhadap kemasan produk. Pertanyaan dalam *focus group discussion* mencakup aspek seperti desain, fungsi, demografi, keputusan pembelian, material serta kepedulian terhadap keberlanjutan. Data ini membantu mengetahui kebutuhan dan harapan target pasar terhadap kemasan *skincare* berbahan dasar rotan.

2. *Define* (Definisi)

Mengidentifikasi masalah utama pada kemasan *skincare* mencakup analisis aspek fungsional, estetika, dan keberlanjutan yang memengaruhi pengalaman pengguna. Permasalahan ini meliputi isu lingkungan akibat material yang sulit didaur ulang. Pemahaman terhadap hal ini menjadi dasar untuk merancang solusi yang optimal dan sesuai kebutuhan.

3. *Ideate* (Ideasi)

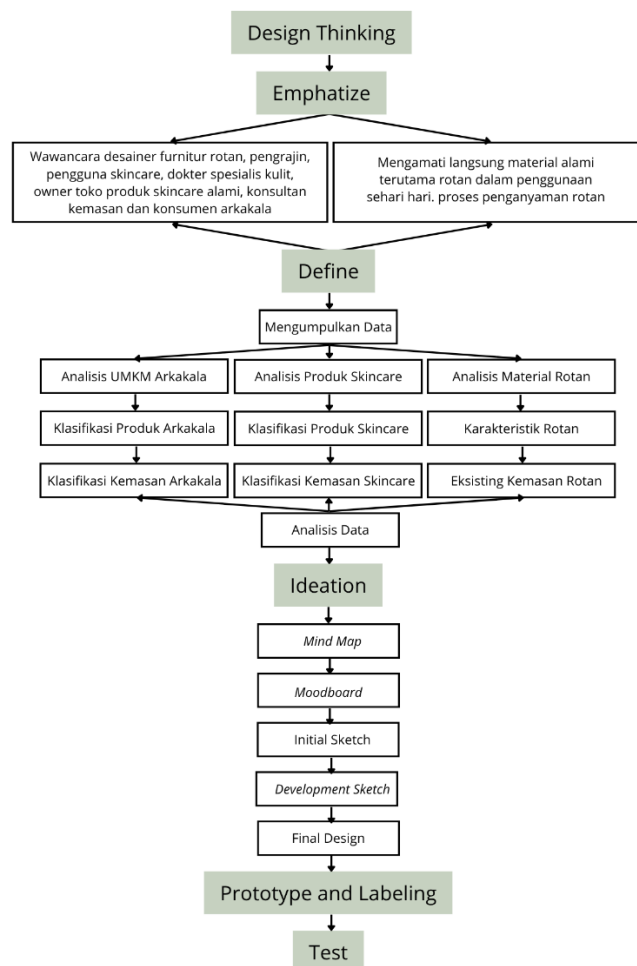
Proses perancangan mencakup penentuan *mood board*, pembuatan sketsa alternatif, eksperimen, pemilihan desain akhir, dan pembuatan model untuk menghasilkan solusi kemasan *skincare* berbahan rotan. Fokusnya adalah menciptakan desain yang kreatif, dan fungsional dengan mengoptimalkan karakteristik rotan sebagai material utama

4. *Prototype* (Prototipe)

Membuat prototipe kemasan *skincare* berbahan rotan. Prototipe kemasan *skincare* berbahan rotan dibuat untuk menguji fungsi, estetika, dan kepraktisan desain. Pengujian ini mencakup evaluasi kemudahan penggunaan, daya tahan, dan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna, memastikan desain siap untuk produksi.

5. *Test* (Uji)

Prototipe kemasan diuji langsung dengan pengguna untuk mengumpulkan umpan balik yang relevan terkait fungsionalitas, dan estetika. Proses pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi kesesuaian desain serta mengidentifikasi potensi perbaikan. Data yang diperoleh dari pengguna menjadi dasar dalam menyempurnakan desain, memastikan bahwa kemasan nantinya memenuhi standar kualitas.



Gambar 1.1 Metodologi Desain

Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, 2025

Seperti yang ditunjukkan Gambar 1.1 Bagan tersebut menggambarkan alur proses perancangan kemasan *skincare* berbahan rotan dengan pendekatan *design thinking*, dimulai dari tahap *emphasize* melalui wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan seperti desainer furnitur rotan, pengrajin, pengguna *skincare*, dokter spesialis kulit, pemilik toko *skincare* alami, konsultan kemasan, dan konsumen Arkakala, serta observasi langsung material rotan dan proses penganyaman. Tahap *define* dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis data UMKM Arkakala, produk *skincare*, serta material rotan, termasuk klasifikasi produk, kemasan, dan karakteristik material, hingga analisis kemasan eksisting. Hasil analisis menjadi dasar tahap *ideation* yang meliputi pembuatan mind map, moodboard, sketsa awal, sketsa pengembangan, dan desain akhir. Selanjutnya, desain direalisasikan pada tahap *prototype and labeling*, lalu diuji pada tahap *test*.