

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha dan persaingan bisnis yang semakin kompetitif seiring pertumbuhan perekonomian dan teknologi yang semakin pesat dalam era globalisasi menuntut UMKM untuk bekerja lebih keras untuk meningkatkan penjualan dan promosi, mengembangkan inovasi dan melakukan perluasan usaha agar dapat terus bertahan dan bersaing untuk mencapai tujuan yang dikehendaki. UMKM harus mampu menghadapi persaingan agar dapat terus bertahan, sebaliknya jika tidak mampu bersaing akan mengalami kebangkrutan.

Maka dari itu inovasi dalam penjualan juga harus terus dilakukan, untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memenangkan persaingan adalah dengan terus mengikuti perubahan - perubahan yang ada pada lingkungan, menggapinya secara cepat agar tidak tertinggal dari pesaing yang terus mengikuti perubahan akan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Inovasi yang baik akan membantu manajemen dalam mencapai kinerja yang lebih baik sehingga kelangsungan dan keberlanjutan usaha juga akan tetap berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan karena dukungan kemampuan inovasi yang terdiri dari ide, produk baru dan lain lain. (Hult, Hurley, & Knight, 2004) studi yang dilakukan oleh Ojasalo (2008) menyatakan bahwa inovasi dibagi atas tiga jenis yaitu inovasi produk memiliki makna menghasilkan pendapatan, inovasi proses menyediakan sarana untuk menjaga dan meningkatkan kualitas dan untuk menghemat biaya, sedangkan inovasi pasar meningkatkan target pasar campuran dan memilih pasar yang terbaik yang harus dilayani oleh perusahaan.

Daerah Istimewa Yogyakarta atau yang sering disebut Jogja, terkenal akan wisata budayanya. Terdapat banyak jenis tempat wisata di kota ini, diantaranya tamansari, kraton, goa slarong, candi ratu boko, candi prambanan. Memiliki nilai budaya yang masih sangat kental membuat Kota Yogyakarta banyak dikunjungi

¹ Septian Wahyudi, *Teori inovasi : sebuah tinjauan pustaka*, Vol. 5 No 2, Jurnal Valuta, Oktober 2019, Hal 97.

oleh para wisata baik dalam maupun luar negeri. Selain terkenal dengan wisata budayanya, Kota Yogyakarta juga terkenal dengan wisata kulinernya dengan julukan kota gudeg. Banyak wisatawan mengatakan bahwa kota solo merupakan surganya makanan murah dikarenakan harganya yang relatif aman dikantong. Terdapat banyak jenis makanan khas di kota ini. Dari makanan berat sampai jajanan kekinian dijogja menjadi surganya.

Wisata kuliner yang diadakan setiap tahun sekali juga menjadi event yang sangat sangat ditunggu masyarakat jogja seperti pesta rakyat yang digelar keraton kesultanan yogyakarta ini merupakan tradidi untuk memperingati hari kelahiran Nabi Muhammad SAW, biasanya akan ada arak- arakan prajurit dan abdi dalem keraton yang membawa gunung hasil panen, selain bisa menyaksikan arak- arakan dan memperebutkan isi gunung, kamu juga bisa mengunjungi pasar malam perayaan sekaten (PMPS) di alun-alun utara keraton, PMPS juga menawarkan berbagai jenis hiburan, wahana pasar malam, panggung liburan, wisata kuliner, souvenir dengan harga miring. antara bulan juli hingga september Dinas kebudayaan provinsi DIY tiap tahunnya menggelar festival kesenian terbesar bertajuk festival kesenian yogyakarta, selanjutnya ada event Pasar Kangen Jogja dan festival jajanan kekeoenan dan kekinian yang mengajakmu bernostalgia dengan nuansa jogja tempo dulu, yang diadakan antara bulan juli- agustus.²

Saat malam menjelang di beberapa bagian kota jogja dipenuhi oleh berbagai macam penjual makanan. Angkringan menjadi tempat favorit mahasiswa setiap malamnya. Selain tempat-tempat kuliner yang buka di malam dan siang hari, terdapat juga sentra atau tempat oleh-oleh khas kota Yogyakarta yaitu BakPia.

Yogyakarta dikenal sebagai Kota pelajar, Julukan ini diduga diberikan karena banyak pusat pendidikan yang berdiri di sana. Banyak pelajar yang tertarik untuk menuntut ilmu, salah satu pusat pendidikan yang ada di Yogyakarta adalah Universitas Gajah Mada. Universitas ini didaulat sebagai Badan Nasional Ilmu

² TIM Litbang MPI MNC Portal "4 Julukan untuk Yogyakarta, dari Kota pelajar hingga Kota Seniman" <https://nasional.okezone.com/read/2022/09/06/337/2661833/4-julukan-untuk-yogyakarta-dari-kota-pelajar-hingga-kota-seniman/> (diakses pada 20 September 2022, pukul 21:20).

Pengetahuan dan Budaya pada awal pendiriannya, citra kota pelajar juga tampak pada simbol fisik dan sosial Yogyakarta, fasilitas pendidikan dinilai cukup lengkap.

Setiap tahunnya masuk calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan di Yogyakarta baik perguruan tinggi negeri maupun swasta, dikarenakan banyaknya mahasiswa di Yogyakarta juga pasti tingkat konsumsi makanan ringan juga sangat banyak namun di beberapa tahun belakang konsumsi tepung terigu menurut data dari bappeda jogja terlihat sangat stabil. Oleh karena itu UMKM Intan Rahmdhani Snack membuat snack yang sesuai dengan kantong mahasiswa dengan porsi dan rasa yang sesuai dengan harganya.



Gambar 1. data grafik jumlah konsumsi terigu DIY Tahun 2018/2022



Gambar 2. Contoh Label Kemasan produk dari sumber www.pinterest.com



Gambar 3. Contoh label produk kemasan dari sumber www.pinterest.com

UMKM Intan Rahmadhani Snack memiliki berbagai macam produk unggulan diantaranya keripik jamur tiram mercon, pare mercon, tahu mercon, tempe mercon, terong mercon yang telah diproduksi sejak tahun 2000, UMKM Intan Rahmadhani Snack juga sudah memiliki izin PIRT mulai tahun 2003, serta diikuti izin TDI, TDP, SIUP & HO pada tahun 2004, ditahun 2005 sudah sah memiliki izin sertifikasi Halal dari MUI, pada tahun 2010 melakukan pengajuan HKI dan tahun 2011 sertifikat HKI sudah jadi.



Gambar 4. Contoh kemasan snack keripik pare mercon & jamur tiram Intan Rahmadhani Snack Kalasan.



Gambar 5. Contoh kemasan snack kripik jamur tiram mercon & kripik pare Intan Rahmadhani Snack Kalasan.

UMKM Intan Ramadhani Snack Kalasan memiliki toko Offline yang beralamat di Jl. Sorogenen I Jl. Karanglo No.59, RT.04/RW.01, Sorogenan I, Purwomartani, Kec. Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55571, toko offline ini juga sering didatangi oleh pengunjung dari berbagai kota yang ingin melihat secara langsung bagaimana proses pembuatan kripik yang dilakukan masih secara manual dan dibantu hanya dengan 3 orang pekerja saja.

Biasanya, produk-produk dari UMKM memiliki rasa khas dari masing masing bahan bakunya, Dalam produksinya, UMKM juga memiliki ciri khas yaitu bahan-bahan yang digunakan hanya tepung beras dan tepung kanji saja, tidak mencampurkan MSG hanya menggunakan gula dan garam, serta menggunakan bahan - bahan alami pilihan sehingga aman untuk dikonsumsi untuk jangka panjang.

Pada prosesnya, sebuah UMKM pasti memiliki kendala atau tantangan tersendiri untuk mencapai target yang ingin diraih. Salah satunya adalah terbatasnya sumber daya manusia yang telah terlatih dalam hal pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk. Akibatnya, produk lokal lebih sering dipandang sebelah mata oleh para konsumen padahal bisa jadi kualitasnya lebih baik dibandingkan produk yang namanya sudah besar. Visualisasi dari kemasan produk

juga menjadi tantangan bagi pelaku UMKM di masa saat ini karena persaingan produk tidak hanya sebatas keunggulan maupun kualitas bahkan teknologi yang canggih saja, namun juga pada upaya untuk mendapatkan nilai lebih yang bisa memberikan manfaat emosional bagi para konsumen saat menggunakan produk. Kemasan memiliki fungsi sebagai pelindung dan mewedahi sebuah produk dari kerusakan dan juga agar lebih mudah untuk disimpan serta dipasarkan.

Label Kemasan juga dapat berperan sebagai identitas bagi sebuah produk, media untuk berpromosi pada konsumen, sarana informasi serta komunikasi untuk konsumen, dan sekaligus sebagai daya tarik bagi konsumen. Selain fungsi utama tersebut, pada era modern ini Label kemasan menjadi memiliki peran yang sangat penting yang dapat mempengaruhi nilai pada sebuah produk. Visualisasi dari desain Label kemasan sebuah produk akan sangat mempengaruhi ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut.

Saat ini, Packaging produk Keripik dari UMKM Intan Rahmadhani Snack masih menggunakan plastik biasa yang sangat sederhana sehingga pada pengiriman biasanya banyak yang remuk dikarenakan goncangan atau gesekan saat proses pengiriman. Kemudian kendala lainnya adalah media promosi dari sebuah UMKM. Kebanyakan UMKM masih mementingkan kuantitas produksi dibandingkan dengan cara untuk memasarkannya. Media promosi merupakan suatu hal yang penting untuk kelangsungan kegiatan pemasaran bagi sebuah UMKM, karena melalui media promosi konsumen bisa mendapatkan informasi dari produk yang dijual.



Gambar 6. Contoh Kemasan Intan Rahmdhani Snack Kalasan.

UMKM Intan Rahmadhani Snack Kalasan belum memaksimalkan penggunaan media promosi sebagai sarana untuk memasarkan produknya baik pada toko offline maupun media online. Media online yang digunakan oleh UMKM Intan Rahmadhani Snack Kalasan adalah platform media sosial Instagram. Dalam memasarkan produknya melalui media sosial pun, masih belum memaksimalkan konten-konten yang diunggah karena kendala pada sumber daya manusia yang belum memiliki keterampilan dibidang tersebut. Maka dari itu, penulis tertarik untuk menjadikan UMKM Intan Rahmadhani Snack Kalasan sebagai objek untuk tugas akhir karena salah satu produk unggulannya yang telah diproduksi selama 22 tahun yaitu Keripik sayur masih dirasa perlu untuk diberikan perancangan Label yang lebih menarik serta konten kreatif Instagram untuk pemasaran secara online, sehingga produk Keripik sayur UMKM Intan Rahmadhani Snack Kalasan dapat memperluas pasar untuk meraih ketertarikan konsumen dan meningkatkan penjualan sekaligus membantu perekonomian masyarakat yang diberdayakan disekitarnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah :

“Bagaimana Perancangan Label Kemasan dan Konten Kreatif sebagai Marketing Tools pada UMKM Intan Rahmadhani Snack Kalasan?”

C. Tujuan Skripsi Aplikatif

Adapun tujuan dilaksanakannya skripsi aplikatif ini adalah untuk merancang Label Kemasan dan Konten kreatif pada platform media sosial Instagram untuk UMKM Intan Rahmadhani Snack Kalasan.

D. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Akademis

Skripsi Aplikatif ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dengan Konsentrasi Visual Communication dalam menerapkan Ilmu dan keterampilannya pada dunia pemasaran serta dunia kreatif. Selain itu juga, skripsi aplikatif ini dapat memberikan informasi mengenai perancangan Label kemasan dan konten kreatif sebagai pilihan marketing yang baik dan juga menarik. Dengan begitu juga dapat membantu objek untuk menunjang perekonomian serta memperluas target konsumen. Skripsi Aplikatif ini menjadi sumbangan pustaka untuk mengembangkan akademis.

2. Manfaat Praktis

Hasil Skripsi aplikatif ini dapat memberikan wawasan pengetahuan kepada khalayak bahwa perancangan label kemasan dan konten kreatif pada platform media online dapat memberikan informasi, mengedukasi serta memperluas target pasar konsumen.

E. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam melaksanakan skripsi aplikatif pada produk Intan Rahmadhani Snack Kalasan, sebagai berikut :

a. Observasi

Penulis melaksanakan pengamatan secara langsung di tempat penelitian untuk mendapatkan data yang akan digunakan yaitu dengan datang langsung ke lokasi UMKM Intan Rahmadhani Snack Kalasan yang terletak di Jl. Sorogenen I Jl. Karanglo No.59, RT.04/RW.01, Sorogenan I, Purwomartani, Kec. Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara untuk mengetahui lebih dalam mengenai Intan Rahmadhani Snack yang di produksi oleh UMKM Intan Rahmadhani Snack serta kendala yang kerap terjadi dilokasi. Penulis juga mewawancarai Ibu Sri Endah Kurniawati selaku Owner dari Intan Rahmadhani Snack Kalasan dan beberapa pekerjanya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan oleh penulis merupakan proses atau tahapan ketika sedang berada dilapangan. Proses atau tahapan tersebut meliputi saat mewawancarai narasumber, datang langsung ke lokasi UMKM Intan Rahmadhani Snack Kalasan untuk memberikan arahan dan masukan pada pengelola untuk pembuatan label kemasan packaging serta konten kreatif Instagram, dan lain-lain.

d. Alat dan Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data secara verbal meliputi note book, bolpoint dan handphone untuk merekam proses wawancara serta dokumentasi. Proses pembuatan rancangan Label Kemasan serta konten kreatif Instagram menggunakan perangkat manual seperti sketchbook, pensil dan penghapus. Perangkat komputer juga digunakan dalam proses pembuatan rancangan diantaranya perangkat keras berupa laptop, handphone dan kamera DSLR Canon EOS 60D serta perangkat lunak

berupa program grafis Adobe InDesign dan Microsoft Word. Proses Finishing pembuatan rancangan in store media dilakukan dengan sistem digital printing.