

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, dunia perindustrian khususnya industri minuman semakin hari semakin berkembang, dimana tiap-tiap industri bersaing mengembangkan produknya agar dapat menjadi yang terbaik dan mendapat profit yang lebih. Karena semakin ketatnya persaingan didalam bidang industri ini, maka perusahaan memerlukan suatu strategi yang tepat dan efektif untuk tetap bertahan meningkatkan volume penjualan dan menarik pelanggan sebanyak- banyaknya, agar perusahaan tetap dapat survive dan tetap meraih keuntungan yang lebih lagi. Inilah yang menjadi latar belakang permasalahan dari penelitian ini, dimana penelitian ini dilakukan disebuah perusahaan minuman rumahan yaitu *Thaitea and mocktail Kymut*, selanjutnya dalam penelitian ini disebut *Thaitea and mocktail Kymut* yang permintaannya konsumen terhadap produknya pada akhir tahun 2019 sampai hari ini mulai mengalami penurunan karena desain produknya yang tidak menarik dan kalah bersaing dengan produk minuman dari produsen lainnya. Karena itu perusahaan rumahan ini ingin berencana untuk mengembangkan kemasan produknya agar tetap dapat survive dan mampu bersaing dengan pesaing – pesaing yang ada dipasaran. Selain itu, penelitian ini juga melakukan observasi lapangan terhadap masyarakat luas yang tepatnya di Medan untuk mengetahui kebutuhan masyarakat akan produk minuman yang mereka inginkan.

Adapun tujuan dari studi lapangan ini adalah untuk mengidentifikasi masalah yang sedang dialami pihak perusahaan.

Oleh karena itu dilakukan penelitian untuk merancang sebuah desain kemasan yang baru bagi *Thai and Mocktail* Kymut sesuai dengan kriteria kemasan yang baik dengan tambahan logo agar dapat memperkenalkan produk tersebut dikemasannya, sehingga pada akhirnya keseluruhan produk *Thaitea and mocktail* Kymut dapat berdiri sejajar dan bersaing melawan kompetitor. Jaman sekarang ini fungsi kemasan yang juga menjadi sarana promosi memiliki andil besar dalam memasarkan produk itu sendiri. Unsur yang mempengaruhi penjualan produk seperti kualitas produk, pemasaran, dan kemasan harus mendukung satu sama lain. Kondisi pasar sekarang ini menuntut standar yang semakin tinggi. Desain dari kemasan yang dimiliki oleh suatu produk dibuat semakin menarik untuk membuat konsumen ingin membelinya. Para pesaing bisnis minuman semakin gencar membuat desain kemasan dengan *visual* yang kekinian untuk memenuhi tuntutan dari konsumen. Produk *Thaitea and mocktail* Kymut memiliki target market semua kalangan yang didominasi oleh anak kuliahan sampai ibu muda. Pada target market tersebut, konsumen sangat eksis dalam penggunaan media sosial. Konsumen tidak segan membeli suatu produk yang memiliki kemasan yang menarik untuk sekedar menjadikannya sebagai salah satu properti pendukung untuk menghasilkan foto yang baik, sehingga kemasan menjadi salah satu alasan utama untuk membeli suatu produk makan dan minuman, dan tahap pengumpulan data ini akan dilakukan dengan melihat langsung produk-produk

pesaing yang sudah beredar di pasar, sehingga didapatkan data-data yang dibutuhkan dari spesifikasi produk pesaing untuk dibandingkan dengan produk yang akan dikembangkan untuk selanjutnya ke tahapan penyusunan konsep, juga dengan menggunakan kuesioner data pesaing.

Dengan adanya kegiatan Skripsi Karya ini penulis dapat membuat kemasan yang dapat merepresentasikan produk *Thaitea and Mocktail* Kymut sebagai minuman yang disukai oleh semua kalangan, serta melindungi isi produk didalamnya dan memperkenalkan kemasan yang baru serta varian rasa baru agar menu yang di jual tidak membosankan. Kualitas yang baik juga merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi perusahaan jika ingin produknya laku di pasaran. Sehingga perusahaan akan selalu memberikan kualitas terbaiknya kepada konsumen agar konsumen terus melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Begitu pula dengan harga, harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, keputusan membeli suatu produk sepenuhnya ada pada diri konsumen.

A. Rumusan Masalah

Permasalahan yang muncul dari desain kemasan produk *Thaitea and mocktail* Kymut yang sudah ada dapat mengakibatkan penjualannya akan semakin turun ke depannya. Melihat masalah tersebut, diperlukan perancangan desain kemasan baru yang inovatif terhadap produk *Thaitea and mocktail* Kymut

B. Batasan Masalah

Produk *Thaitea dan Mocktail* akan dibuat dengan inovasi bentuk yang baru dengan menggunakan kemasan *Cup* serta gaya visual yang mengikuti trend sekarang ini, Melalui perancangan ini, diharapkan penjualan dari *Thaitea dan Mocktail* tidak mengalami masalah omset, kemasan yang baru memiliki fungsi yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan.

C. Tujuan

Tujuan dari perancangan ini untuk dapat menjawab permasalahan yang ada di produk *Thaitea and mocktail* Kymut. Inovatif yang dimaksud dapat dari segi bentuk, fungsi, maupun gaya visual desain kemasan yang baru.

D. Manfaat

Adapun manfaat dari perancangan desain kemasan sebagai media promosi ini adalah sebagai berikut :

1. Dalam perancangan ini akan dihasilkan desain kemasan yang inovatif dari segi bentuk, fungsional, maupun gaya visual sehingga seluruh produk *Thaitea and mocktail* dapat berdiri sejajar bersaing dengan kompetitor dan kemasan yang barupun mampu menarik minat target konsumen untuk membeli keseluruhan produk yang dimiliki *Thaitea and mocktail* Kymut.
2. Kemasan akan dirancang dengan memiliki fungsi untuk memudahkan konsumen, serta meningkatkan penjualan produk

Thaitea and mocktail Kymut ke depannya dan seimbang antar produk.