

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan desain kemasan di Indonesia terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan, terlebih di produk-produk yang digunakan sehari-hari seperti kemasan dan juga produk-produk yang beredar lainnya. Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, perlahan kegiatan desain mulai di lirik menjadi salah satu hal yang paling berpengaruh dalam hal pemasaran produk. Kemasan mejadi sumber identitas dari produk yang di jual, kemasan sendiri merupakan suatu wadah untuk membungkus yang memiliki fungsi menjaga ataupun melindungi produk dan mampu meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk yang dikemas. Desain telah muncul di berbagai perusahaan besar dengan cara mengembangkan produk yang dipasarkan sesuai dengan berkembangnya zaman serta teknologi. Desain pada perusahaan banyak diaplikasikan untuk mengiklankan produk dan jasa oleh perusahaan. Salah satu penerapan desain yang banyak digunakan perusahaan adalah pada kemasan produk (Rumawas 2021).

Menurut penelitian (Syarifuddin 2019) menjelaskan bahwa kemasan merupakan cara dalam industri dan pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk melindungi, menjelaskan dan memperkenalkan produk kepada konsumen untuk dipasarkan. Pada pengemasan suatu produk umumnya memiliki ciri tersendiri dari bentuk maupun desain kemasannya hingga produk tersebut dapat diperhatikan dengan baik dan memunculkan citra tersendiri bagi konsumen dalam memahaminya. Kemasan merupakan bagian terluar yang berguna untuk melindungi suatu produk dari kerusakan, kemasan juga bisa diartikan sebagai proses/tahapan pengemasan yang mempunyai kelebihan yaitu melindungi produk secara aman dan menjadikan produk awet dan higienis. Dalam proses pengemasan, harus memperhatikan bahan yang digunakan agar produk tidak bersentuhan dengan bahan berbahaya (Zhu et al. 2022).

Kemasan pada dulunya hanya berfungsi untuk membungkus, melindungi, serta mempermudah untuk pengiriman suatu produk. Namun seiring perkembangan zaman dan teknologi percetakan, dimasa ini kemasan juga berfungsi sebagai media promosi yang sangat efektif dan efisien karena informasi pada kemasan akan tersampaikan langsung pada

konsumen saat suatu produk dilihat maupun dibeli oleh seorang konsumen. Kemasan yang beredar di pasaran sekarang sangat serupa dan seragam. Sehingga terkadang konsumen sulit membedakan produk satu dengan yang lainnya. Saat ini teknologi percetakan berkembang semakin canggih. Tidak hanya hasil cetakan yang bagus dan beragam, biaya produksi juga dapat ditekan menjadi sangat murah dibanding menggunakan alat cetak model lama. Hal ini bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meremajakan kemasan produk agar menjadi lebih bagus dan memiliki keunikan sehingga tidak tampak sama dengan produk sejenis yang diproduksi oleh badan usaha lain (Zhu et al. 2022). Menurut penelitian (Sekarlaranti and Junaedi 2016) didalam proses desain kemasan terdapat beberapa langkah yang perlu diperhatikan untuk menciptakan kemasan yang efektif dan menarik. pada dasarnya langkah pertama melakukan penelitian tentang produk, target pasar, dan pesaing. Setelah melakukan penelitian, langkah berikutnya adalah merencanakan dan mengembangkan konsep desain yang melibatkan membuat *sketsa* atau *mock-up* untuk menggambarkan ide-ide desain yang mungkin, pada tahap ini memilih elemen desain seperti warna, tipografi, grafis, dan bentuk kemasan

Desain kemasan dengan inovasi baru muncul pada produk kesehatan masker, *ShoeCover* dan dengan merek *SOLIDA* yang telah diproduksi oleh PT. Medika Maesindo Global. Pada desain kemasan masker, *ShoeCover* dan mobcap memberikan pengalaman baru yang menarik dengan sentuhan moderen dan fungsionalitas yang di sempurnakan. Desain kemasan untuk produk-produk ini mencerminkan komitmen PT. Medika Maesindo Global dalam menyediakan solusi kesehatan berkualitas tinggi yang tidak hanya efektif dalam melindungi pengguna, tetapi juga memberikan nilai tambahan dalam hal estetika dan kemudahan penggunaan. Desain yang menarik dan inovatif juga menjadi representasi dari upaya perusahaan dalam menjaga standar kualitas tinggi dan terus berinovasi dalam industri perawatan kesehatan. Dengan kemasan yang menarik dan inovatif, produk-produk *SOLIDA* diharapkan dapat menarik perhatian konsumen dan memberikan pengalaman yang memuaskan dalam penggunaan sehari-hari.

Didalam desain kemasan produk sering juga terjadi perubahan warna, yang dimana perubahan warna tersebut tidak sesuai dengan standar surat edaran AKD (*Alat Kesehatan Dalam Negri*), yang terkadang desainer atau pihak terkait mungkin salah memahami atau menginterpretasikan petunjuk yang terdapat dalam surat edaran AKD. Hal ini dapat

mengakibatkan perubahan warna yang tidak sesuai dengan yang diharapkan. Desain warna yang kurang sesuai dengan preferensi pasar atau target *customer* dapat mengurangi daya tarik produk, karena warna pada kemasan harus mencerminkan citra merek perusahaan secara konsisten, karena desain warna kemasan memiliki dampak signifikan terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk. Berdasarkan hasil survei dan analisis kemasan, ditemukan bahwa warna-warna tertentu lebih efektif dalam menyampaikan pesan kualitas dan keamanan produk kepada konsumen. Jika desain warna tidak konsisten dengan identitas visual merek atau tidak mencerminkan nilai-nilai merek yang diinginkan (seperti kebersihan, profesionalisme, atau keamanan), hal ini bisa membingungkan atau mengecewakan *customer*.

PT. Medika Maesindo Global adalah produsen dan pengeksportir pakaian *tech-febriic* dan *disposables* terkemuka untuk aplikasi medis dan industri. PT. Medika Maesindo Global merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. Maesindo Indonesia Ltd. Yang didirikan pada produk perlindungan kebersihan sekali pakai dan kemasan makanan, selama 25 tahun yang lalu yang telah memiliki reputasi diseluruh dunia untuk memasarkan di 5 benua sebagai perusahaan dan pabrik Prancis-Indonesia.

Terdapat beberapa penelitian yang meneliti tentang desain kemasan produk. Penelitian yang dilakukan oleh (Widiati, 2020) menunjukkan hasil Keberadaan kemasan sangat diperlukan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang notabeneaya masih menggunakan kemasan yang belum standar. Pengemasan (*packaging*) diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dalam keadaan terbaik dan menguntungkan.

Penelitian yang dilakukan (Dwi et al. 2020) menunjukkan hasil bahwa perpaduan setiap warna pada kemasan memiliki pengaruh psikologis. Ketiga unsur visual pada desain kemasan pod coklat edisi *dark chocolate* Bali sebagai unsur pembentukan estetika sudah memenuhi prinsip desain yaitu paduan harmoni, irama, kontras, dan gradasi. Adapun penelitian dari (Hany, Darmo, and Wardhani 2020), menyatakan bahwa hasil dari perancangan desain kemasan yang terlihat lebih bervariasi dan menarik agar ini dibuat berbeda dengan dari kemasan sebelumnya. Perancangan ulang desain kemasan ini dibutuhkan agar dapat menghasilkan desain kemasan yang lebih menarik, unik dan bervariasi agar tidak kalah saing dengan kompetitor lainnya.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk menganalisis perubahan desain warna pada kemasan Masker, *ShoeCover*, dan Mobcap yang tidak sesuai dengan standar surat edaran AKD karena perubahan desain warna pada kemasan dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas, keamanan, atau keandalan produk. Didalam Surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri biasanya mengatur standar keselamatan dan kualitas produk kesehatan seperti masker, *ShoeCover*, dan mobcap. Jika perubahan desain warna tidak sesuai dengan standar tersebut, penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi potensi pelanggaran standar keselamatan dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Rozali, 2019) tentang mengenai desain warna belum ada penelitian yang terkait dengan surat Alat Kesehatan Dalam Negeri tersebut sehingga peneliti ingin lebih mendalami terkait desain warna pada masker, *ShoeCover* dan mobcap pada perusahaan PT. Medika Maesindo Global agar dalam memproduksi barang sesuai dengan aturan yang berlaku. Memilih objek penelitian di perusahaan PT. Medika Maesindo Global alasannya adalah karena perusahaan ini merupakan salah satu produsen terkemuka dalam industri perawatan kesehatan, khusus nya dalam produksi masker, *ShoeCover* dan mobcap. PT Medika Maesindo Global dikenal karena terus melakukan inovasi dalam pengembangan produk-produknya, termasuk masker, *ShoeCover* dan mobcap. Penelitian pada perusahaan ini memberikan wawasan tentang proses inovasi, desain produk dan pengembangan teknologi yang digunakan untuk memproduksi produk-produk kesehatan tersebut. perusahaan memiliki reputasi baik dalam industri perawatan kesehatan dan telah memperoleh kepercayaan pelanggan di seluruh indonesia dan internasional. Dengan begitu, judul penelitian kali ini yakni **“Analisis Pembuatan Desain Warna Pada Kemasan Masker, Shoecover Dan Mobcap Di PT. Medika Maesindo Global Temanggung Menurut Standar Surat Edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri Untuk Meningkatkan Minat Customer”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis dapat merumuskan masalah: bagaimana pembuatan desain warna dalam kemasan produk masker, *ShoeCover* dan mobcap dengan standar surat edaran Alat kesehatan Dalam Negeri untuk meningkatkan daya tarik *customer* pada PT. Medika Maesindo Global.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dan menilai kesesuaian warna yang melibatkan evaluasi apakah warana-warna yang digunakan dalam desain kemasan sesuai dengan standar surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri pada PT. Medika Maesindo Global.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Bagi Perusahaan**

Semoga penelitian ini bisa menjadi masukan untuk pihak perusahaan untuk meningkatkan kualitas pada produk kemasan serta jika memperbaiki kelamahan dan kekurangan

#### **1.4.2 Manfaat Untuk Peneliti Selanjutnya**

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan refrensi untuk diadakannya untuk penelitian selanjutnya serta dapat memahami strategi penanganan desain warna kemasan sesuai standar surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri.

