

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Industri kreatif merupakan industri yang marak dilakukan pada zaman modern ini. Sektor industri kreatif juga merupakan salah satu sektor yang banyak membantu perkembangan perekonomian negara Indonesia. Untuk perkembangan perekonomian tersebut, Indonesia mempunyai regulasi yang sesuai yaitu UU No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian yang mendorong perkembangan industri kreatif Nasional. Dengan keanekaragaman budaya, tradisi dan sumber daya alamnya mendukung pelaku kreatif dalam menuangkan inovasinya. Tidak sedikit pihak atau masyarakat yang berkecimpung di industri kreatif, selain dapat mengekspresikan ide, imajinasi dan inovasinya, industri kreatif juga masih sangat potensial untuk digali dan dikembangkan lagi oleh pelaku kreatif. Demikian mengapa industri kreatif sampai sekarang bahkan di masa depan menjadi kekuatan perekonomian di Indonesia. Kreatif sendiri diartikan sebagai usaha seseorang dalam pengekspresian diri dengan menuangkan ide, imajinasi, dan inovasinya secara *fleksible* dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Seiring berkembangnya zaman kebutuhan masyarakat senantiasa berubah, demikian menuntut pengrajin untuk lebih meningkatkan kreativitas dan inovasinya agar memuaskan keinginan dan kebutuhan masyarakat, tidak hanya dalam desain tetapi juga dalam pemanfaatan bahan baku. Salah satu bahan baku yang mempunyai pengembangan industri yang besar di Indonesia yaitu kelapa.

Kelapa adalah buah yang sangat bermanfaat dari semua bagian tanamannya mulai dari akar, batang, daun, dan buahnya. Dengan kekayaan sumber daya alam kelapa yang tidak akan berhenti karena melimpah menambah peluang pelaku usaha dapat memanfaatkan kesempatan tersebut. Sebagai produsen kelapa terbesar di dunia, di Indonesia buah kelapa mudah sekali ditemukan dan dikonsumsi, tidak heran pula jika setiap hari limbah kelapa terbuang (Rukmana & Yudirachman, 2016, h.3).

Semua bagian tanaman kelapa dapat digunakan atau dikonsumsi. Meskipun semua bagian tanaman kelapa bisa digunakan, sampai saat ini industri limbah kelapa masih kurang dimanfaatkan dengan optimal oleh pengrajin. Bahkan relatif masih belum termanfaatkan sepenuhnya dan stoknya masih melimpah luas di pulau-pulau Indonesia termasuk Pangandaran. Pangandaran merupakan satu diantara pesisir yang ada di kawasan Jawa Barat yang memiliki perkebunan kelapa luas sehingga banyak limbah kelapa yang terbuang pula. Limbah kelapa yang jika dimanfaatkan dengan baik akan menjadi suatu potensi untuk mengembangkan industri perekonomian dari sektor kerajinan seperti kerajinan kelapa.

Saat ini tidak sedikit sentra kerajinan kelapa yang mengolah limbah buah kelapa menjadi keterampilan tangan yang memiliki nilai guna memenuhi salah satu kebutuhan masyarakat. Misalnya kerajinan kelapa sebagai kebutuhan perlengkapan rumah tangga berupa lampu, jam, tempat penyimpanan. Perlengkapan dapur berupa cangkir, teko, sendok, garpu. Bahkan aksesoris seperti tas, dan gantungan kunci. Kerajinan tangan kelapa tersebut tidak hanya memiliki kegunaan saja, akan tetapi memiliki nilai estetika pula dapat menamahi rasa kepuasan bagi penggunanya.

Melihat prospek pada kerajinan kelapa banyak peluang serta meningkatnya keinginan atau kebutuhan masyarakat, berdirilah unit usaha Saung Kalapa pada tahun 2013. Saung Kalapa adalah salah satu unit usaha kreatif rumahan yang memanfaatkan bahan baku limbah kelapa yang terbuang menjadi kerajinan tangan. Saung Kalapa sudah banyak produk kerajinan tangan yang dihasilkannya seperti kebutuhan peralatan dapur, kebutuhan interior, aksesoris, serta kebutuhan lain seperti pembuatan lampion yang digunakan ketika pengadaan *event*.

Nama Saung Kalapa di kota Pangandaran sudah tidak asing terdengar jika berbicara tentang kerajinan kelapa. Setelah dilakukannya wawancara dengan beberapa orang asli Pangandaran, mayoritas masyarakat tersebut mengetahui dan mengenal Saung Kalapa. Dengan banyaknya pameran atau *event* yang diikuti oleh Saung Kalapa, membuat masyarakat Pangandaran mengenalnya akan tetapi tidak

dengan masyarakat luar Pangandaran. Penelitian yang dilakukan pada masyarakat luar Pangandaran tentang Saung Kalapa dan produk kerajinannya adalah masyarakat tersebut tidak mengetahui dan mengenal Saung Kalapa serta tidak menggunakan produk kerajinan kelapa karena menurutnya kerajinan kelapa jarang dijumpai.

Saung Kalapa dengan produk yang berlimpah memiliki masalah dalam memasarkan produknya. Produk Saung Kalapa belum dikenal luas karena pemasaran hanya baru dilakukan melalui penjualan ditoko dan beberapa *event* pameran yang diikuti, belum melakukan aktivitas promosi yang optimal. Diperlukan upaya lebih jauh guna mengenalkan produk Saung Kalapa pada khalayak dengan jangkauan yang lebih luas melalui promosi yang terpadu, promosi yang efektif dan efisien. Untuk memperkenalkan produk Saung Kalapa seiring dengan distribusi dan pemasaran ke berbagai pelosok di Jawa Barat sampai Nasional.



Gambar I.1 Kerajinan Saung Kalapa
Sumber: Pribadi (2019)

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat diketahui identifikasi masalahnya sebagai berikut:

- Saung Kalapa hanya dikenal masyarakat Pangandaran sedangkan tidak dengan masyarakat luar Pangandaran karena hanya mengikuti *event* dan mempromosikannya di Pangandaran.
- Saung Kalapa hanya melakukan *personal selling* yang dilakukan ditoko dan *event* sehingga produk Saung Kalapa belum dikenal luas oleh masyarakat di luar Pangandaran yang tidak berkunjung ke tempat penjualan.
- Saung Kalapa belum melakukan promosi secara efektif dan efisien pada produknya menjadi salah satu penyebab Saung Kalapa belum melakukan aktivitas promosi yang optimal.

I.3 Rumusan Masalah

Setelah beberapa uraian identifikasi masalah yang didapatkan, maka adapun rumusan masalah dari penelitian ini, sebagai berikut:

“Bagaimana memperkenalkan Saung Kalapa dan produknya pada masyarakat luas secara efektif dan efisien agar masyarakat mengenal produk serta meningkatkan nilai positif pada Saung Kalapa?”.

I.4 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan dalam perancangan ini karena untuk lebih fokus dan dibatasi pada pengenalan Saung Kalapa dan produk kerajinan Saung Kalapa. Perancangan promosi dilakukan di kota Bandung selain memiliki penduduk kota yang banyak, juga merupakan satu diantara kota-kota besar di Indonesia.

I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan

1.5.1 Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan, maka tujuan dari perancangan ini yaitu untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan citra dengan mempromosikan Saung Kalapa agar masyarakat luas mengenal produknya serta memberikan nilai positif pada Saung Kalapa.

1.5.2 Manfaat Perancangan

Berdasarkan hasil tujuan diatas, adapun manfaat dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

- **Manfaat keilmuan**
Perancangan ini bermanfaat bagi keilmuan Desain Komunikasi Visual sebagai sumber referensi dan bacaan mengenai perancangan promosi suatu *brand* (merk).
- **Bagi stakeholder**
Manfaat bagi *stakeholder* Saung Kalapa dapat memberikan *value* lebih dengan dibuatnya media promosi yang efektif dan efisien sehingga dikenal masyarakat luas.
- **Bagi masyarakat**
Perancangan ini bermanfaat bagi masyarakat dapat mengenal lebih Saung Kalapa dan jika berminat pada produknya tidak sulit untuk mendapatkan produk Saung Kalapa tersebut.