

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alamnya, hal ini dapat dilihat dari keanekaragaman sumber daya alam hayati yang dimiliki Indonesia dan hal ini, akan menjadi tulang punggung perkembangan ekonomi yang berkelanjutan, berdasarkan tulisan yang ada pada website Dinas Kehutanan Jawa Barat mengenai hutan, jenis hutan dan manfaatnya, bahwa Hutan di Indonesia memiliki tumbuhan yang beraneka ragam, terutama yang berbentuk pohon. Secara keseluruhan, di Indonesia terdapat + 40.000 jenis tumbuhan, 25.000 – 30.000 jenis di antaranya adalah tumbuhan berbunga, yang merupakan 10 % dari seluruh tumbuhan berbunga di dunia. Kekayaan hutan yang melimpah ruah tersebut memberikan manfaat kepada penduduk Indonesia maupun bangsa lain. (www.dishut.jabarprov.go.id , 28 Agustus 2014,18.03 )

Berdasarkan data yang telah disebutkan diatas, maka sangatlah wajar apabila industri furnitur lokal memiliki kesempatan untuk bersaing dan dapat memiliki kualitas yang baik. Untuk Saat ini Produk furnitur buatan luar lebih diminati oleh masyarakat indonesia dikarenakan banyaknya furnitur luar yang lebih terjangkau dan bermutu. Selain itu produk luar melakukan promosi yang lebih baik dibandingkan dengan produk lokal. Rasa minat masyarakat Indonesia terhadap menggunakan produk lokal khususnya dalam bidang furnitur masih sangatlah kurang. Hal ini dikarenakan Masyarakat Indonesia beranggapan produk furnitur impor lebih baik dibandingkan dengan produk furnitur lokal. Menurut Ketua Umum Perhimpunan Bank Umum Nasional (Perbanas) Sigit Pramono dalam artikel mengenai, Setop impor, Jokowi harus tingkatkan kualitas produk lokal mengatakan pemerintah pernah mencoba mengurangi impor dengan mengampanyekan slogan "cinta produk dalam negeri". Namun, upaya tersebut gagal lantaran kualitas produk lokal masih kalah bersaing dengan produk impor . (www.merdeka.com, 29 Agustus 2014, 10.51)

Dalam menghadapi MEA ( Masyarakat Ekonomi Asean ) yang akan diberlakukan pada akhir 2015, para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus merapatkan barisan sejak dini. Mereka perlu mempersiapkan diri menghadapi gempuran produk-produk asing saat MEA benar-benar diterapkan pemerintah. Jangan sampai produk UMKM akan kalah bersaing dengan produk dari negara lainnya, Menurut Ranti Fauza Mayana dalam buku *Perlindungan Industri di Indonesia dalam dalam era perdagangan bebas*, Kekayaan alam Indonesia yang melimpah dapat dijadikan komoditi ekspor yang potensial apabila diproduksi dengan baik dan di desain dalam suatu bentuk yang menarik. Sebagai contoh dapat dikemukakan ekspor produk rotan Indonesia yang didesain dengan menarik mampu menyedot pasar internasional yang baik. Dengan demikian, jelaslah bahwa desain industri dapat digunakan sebagai salah satu sarana pembangunan industri dalam pembangunan ekonomi Indonesia dalam menghadapi Pasar Bebas. (Mayana, 2004)

Masyarakat menilai dari segi kualitas produk furnitur impor lebih unggul dibandingkan dengan produk lokal, Kadang produk lokal tidak mencakup semua yang disebutkan diatas, sehingga menjadi kurang diminati, selain itu tidak adanya rasa "kebanggaan" akan menggunakan produk lokal di masyarakat, serta informasi di publik seakan-akan bahwa produk luar jauh lebih baik dan *worth to buy* mengakibatkan tersingkirnya produk lokal dari pilihan utama sekalipun sebenarnya kualitas produk lokal belum tentu lebih jelek atau bahkan lebih baik dari produk impor.

Rakattan Living merupakan merek furnitur lokal yang terletak di Kota Bandung, Jawa Barat dan sudah menggeluti bidang furnitur sejak tahun 2011, Rakattan Living membuka usaha dengan berlandaskan rasa cinta akan kekayaan alam bangsa untuk membantu memajukan ekonomi masyarakat dengan memberdayakan masyarakat yang ada di lingkungan sekitar. Dalam desain dan produksinya, furnitur ini selalu menggunakan bahan material lokal yang terbaik dan juga desain-desain yang selalu mengangkat tema-tema budaya Indonesia yang digabungkan dengan gaya moderen yang ada di pasaran. Produk Rakattan Living merupakan sebuah produk

yang tetap menjaga kualitas produknya baik dari segi desain maupun dalam pembuatannya, yang tetap mengutamakan hasil yang unik dan sesuai dengan pasarnya. Ini terbukti dari beberapa hasil produksi furniturnya yang telah digunakan dan dinikmati oleh berbagai jenis pelanggan, dari perorangan, perusahaan, perkantoran dan restoran di Bandung. Menurut observasi yang telah dilakukan penulis, dengan keunggulan dan keunikan yang dimiliki oleh Rakattan Living, perlu dibantu dengan pembentukan merek atau citra yang kuat agar keunikan tersebut menjadi kebanggaan yang kelak dapat diapresiasi oleh masyarakat bangsa ini, baik dari wilayah Jawa Barat maupun Indonesia.

Dari fakta diatas maka penulis merasa perlu merancang *Visual branding* untuk Rakattan Living untuk menjamin standar kualitas produk lokal khususnya furnitur dimata masyarakat Indonesia. Apabila perancangan *Visual Branding* ini dapat terwujud dengan baik, maka diharapkan masyarakat tidak akan ragu untuk memilih dan menggunakan produk-produk dari Rakattan Living yang juga merupakan representasi produk lokal Indonesia. Dengan meningkatnya penggunaan produk lokal oleh masyarakat Indonesia maka secara langsung meningkatkan devisa negara. Dengan meningkatnya kualitas desain dari produk lokal seperti Rakattan Living ikut mensukseskan industri kreatif di Bandung dengan potensi desain yang dimiliki produk produk dari Rakattan Living, Serta dapat menciptakan produk yang bersaing dalam pasar bebas baik lokal maupun internasional. Sekaligus sebagai merek Indonesia yang dapat dibanggakan dalam rangka meningkatkan rasa nasionalisme Indonesia.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

### **1.2.1 Permasalahan**

Melalui wawancara dengan pemilik usaha serta observasi pasar, penulis mengidentifikasi bahwa permasalahan pada topik ini adalah Rakattan Living merupakan produk furnitur yang berkualitas sangat baik, namun belum memiliki *visual branding* yang menarik dan terintegrasi untuk Rakattan

Living. Rakattan Living juga belum memiliki identitas *visual* yang menonjolkan ciri khas atau karakteristik serta kualitas premium produk yang diunggulkannya dalam menghadapi persaingan di pasar bebas di tahun 2015. Maka penulis menyimpulkan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana agar masyarakat mencintai produk furnitur lokal Indonesia melalui produk-produk yang ditawarkan oleh Rakattan Living.
2. Bagaimana merancang sebuah citra merek untuk furnitur Rakattan Living, agar diterima sebagai produk asli Indonesia yang berkualitas tinggi dan mempunyai nilai nilai kearifan lokal serta tidak kalah bersaing dalam pasar bebas ?

### **1.2.2 Ruang Lingkup**

Maka dari itu ruang lingkup pekerjaan yang akan dibuat meliputi perancangan *visual branding*, perancangan identitas *visual* serta perancangan inovasi pemasaran dan promosi yang tepat dan terintegrasi agar dapat meningkatkan citra merek. Target di konsentrasikan pada daerah penjualan Rakattan Living yaitu daerah Jawa Barat, tapi tidak menutup kemungkinan untuk mempunyai target sekunder yaitu wilayah Indonesia. Segmentasi target diutamakan pada target dengan sosial ekonomi menengah keatas, hal ini dilihat dari produk premium yang dimiliki oleh furnitur ini.

### **1.3 Tujuan Perancangan**

Bedasarkan pokok-pokok permasalahan yang telah dibatasi dan dirumuskan dalam rumusan masalah di atas, berikut ini akan dipaparkan dan dikemukakan garis-garis besar hasil pokok yg ingin diperoleh setelah perancangan, yaitu sebagai berikut :

1. Lebih memperkenalkan kepada konsumen bahwa kualitas produk lokal yaitu Rakattan Living tidak kalah baik dengan produk-pruduk furnitur luar, serta

mengutamakan kearifan lokal dengan menggunakan material-material sumber daya alam yang ada di Indonesia dan ditambah dengan kemampuan pengrajin lokal yang memiliki tingkat *craftsmanship tinggi*.

2. Memberikan *visual branding* yang menarik, unik, utuh dan terintegrasi untuk Rakattan Living agar dapat meningkatkan citra serta nilai jualnya, dengan menonjolkan kualitas premium produk, agar dapat bersaing di pasar bebas.

#### **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data diperoleh dengan beberapa cara, antara lain:

##### a. Studi Pustaka

Mengumpulkan data-data dan informasi yang didapat melalui, buku contohnya beberapa buku sebagai teori acuan yang sebagian besar berkaitan dengan topik yang dibahas.

##### b. Observasi

Melakukan interaksi langsung dengan pemilik usaha furnitur Rakattan Living.

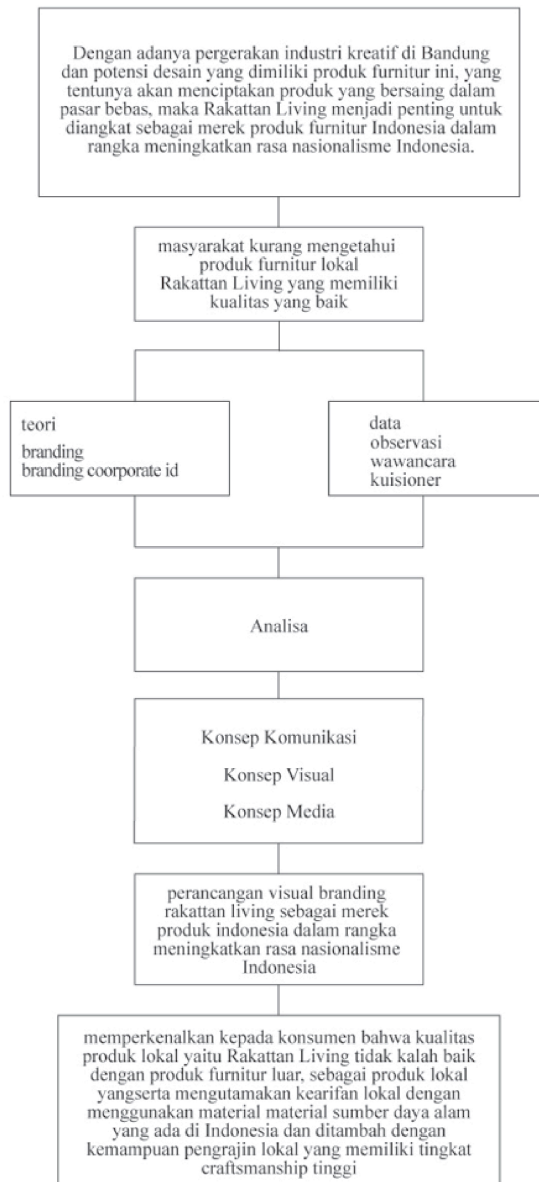
##### c. Wawancara

Penulis juga melakukan wawancara dengan pemilik dan *management* Rakattan Living yang berlokasi di jalan Sari Madu Ujung No 26 C, Bandung, Jawa Barat dalam rangka mendapatkan informasi mengenai Rakattan Living. Serta melakukan wawancara dengan tujuan pangsa pasar Rakattan Living sendiri.

##### d. Kuesioner

Penulis akan mengumpulkan data dengan membagikan kuesioner kepada responden yang akan ditentukan berdasarkan segmentasi pasar dari produk Rakattan Living.

## 1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1: Skema perancangan