

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang semakin berkembang, ekonomi juga mengalami perkembangan, sehingga mempengaruhi pasar yang ada di Indonesia, terutama pasar modern. Pasar modern menurut Sinaga (2008), adalah pasar, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik, yang dikelola dengan manajemen modern, dan umumnya terdapat di kawasan perkotaan. Pasar modern antara lain *mall*, *supermarket*, *departemen store*, *shopping centre*, *minimarket*, waralaba, dan sebagainya. Dan yang sedang marak sekarang ini adalah toko *online*, dengan segala kemudahan yang ditawarkannya. Perkembangan ekonomi juga tentu mempengaruhi perubahan gaya hidup dari masyarakatnya. Sebagai konsumen contohnya, sekarang masyarakat lebih memilih untuk pergi ke pasar modern daripada pasar tradisional untuk membeli kebutuhan sehari-harinya karena lebih nyaman, variatif, dan praktis.

Mengikuti perubahan gaya hidup masyarakat, produk-produk tradisional pun sekarang tersedia di pasar modern, terutama produk makanan tradisional. Peluang produk tradisional sebagai produk lokal untuk memperluas segmentasi produknya dan masuk ke pasar modern terbuka lebar sejak dikeluarkannya Peraturan Menteri Perdagangan No. 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, yang mewajibkan pusat perbelanjaan dan toko modern untuk menjual 80% produk lokal atau produk buatan Indonesia. Macam-macam produk makanan tradisional dapat ditemui di pasar modern, seperti keripik, sale, dodol, rangginang, bakpia, kerupuk, saroja, dan lainnya. Namun kebanyakan makanan tradisional di pasar modern ini belum memiliki kemasan yang memiliki daya tarik dan keterangan produk yang lengkap jika dibandingkan dengan kemasan-kemasan dari produk makanan ringan lain. Kemasan yang digunakan biasanya hanya plastik yang ditempel label saja, contohnya seperti kemasan yang digunakan kue saroja.

Kue saroja atau bisa disebut dengan saroja saja adalah makanan tradisional dari Kabupaten Ciamis, Tasikmalaya. Saroja mendapatkan namanya karena bentuk yang unik mirip bunga teratai. Bahan untuk membuat saroja adalah tepung beras, tepung tapioka, telur, garam, dan air, namun ada juga produsen yang menambahkan bahan-bahan lain, seperti kacang tanah atau daun jeruk, untuk membedakan sarojanya dari kompetitor. Proses pembuatan saroja adalah dengan cara mencelupkan cetakan berbentuk saroja yang terbuat dari kuningan bergagang kayu dalam keadaan panas pada adonan cair kemudian digoreng. Saroja dapat bertahan sampai 2 bulan lamanya tanpa bahan pengawet. Saroja merupakan salah satu produk unggulan dan populer dari Kabupaten Ciamis. Tidak hanya untuk dikonsumsi sehari-hari, saroja juga biasa disuguhkan pada acara-acara khusus oleh masyarakat setempat, seperti pada pertemuan, hajatan, hari raya, dan lainnya. Selain disukai oleh masyarakat lokal, saroja sering juga dijadikan sebagai salah satu oleh-oleh ketika wisatawan berkunjung. Meskipun begitu produk saroja hanya dikenal di daerah Jawa Barat saja.

Kemasan saroja menggunakan plastik yang diikat atau di-*press* dengan mesin *sealer* plastik, agar tidak ada udara yang masuk membuat sarojanya melemem, dan saroja tidak rusak sebelum masa kadaluarsanya. Produsen biasanya memiliki berbagai variasi ukuran untuk kemasan saroja. Ukuran paling kecil biasanya dibuat untuk menampung 16-20 buah saroja, ukuran sedang dapat menampung sekitar 1 kg saroja, dan ukuran paling besar dapat menampung sekitar 2 kg saroja menggunakan *blek* atau wadah dari seng yang tersedia di pasar. Tujuan dari ukuran kemasan yang berbeda tersebut adalah untuk memberi pilihan kepada para konsumen. Di pasar modern, ukuran kemasan saroja yang tersedia hanya ukuran kecil, dikemasnya pun hanya menggunakan plastik dan diberi label saja. Labelnya pun hanya merek dan keterangan produsen. Kekurangan yang paling jelas terlihat pada kemasan saroja seperti ini, selain tidak memiliki daya tarik, adalah tidak lengkapnya keterangan seputar produk pada kemasan. Seperti yang dikatakan Sri Julianti pada seminar *Find Out the Secret of Packaging*, di dalam kemasan keterangan yang harus tercantum antara lain nama produk, ukuran (berat dan isi bersih), komposisi bahan (*ingredient*), tanggal kadaluarsa, nama produsen, nomor BPOM dan PIRT, halal, dan sebagainya.

Oleh karena itu perancangan dibutuhkan untuk membuat kemasan saroja yang memiliki daya tarik, keterangan produk yang lengkap, juga memiliki identitas daerah. Perancangan ini dilakukan agar produk dapat selalu sejalan dengan perkembangan zaman, sehingga kue saroja akan terus dikonsumsi oleh masyarakat, dan tidak terlupakan sebagai produk makanan ringan tradisional daerah. Tidak dapat dipungkiri juga semakin banyaknya produk-produk yang selalu dikembangkan untuk sesuai dengan tren yang sedang "*hits*" saat itu bermunculan di pasar dapat menenggelamkan produk-produk yang tidak melakukan inovasi. Banyaknya inovasi yang dilakukan oleh produsen saroja hanya seputar rasa, sehingga perancangan ini memfokuskan pada kemasannya. Kemasan kue saroja rata-rata hanya menggunakan plastik dan diberi label saja, selain tidak menarik, kue saroja juga dapat pecah bila terbentur-bentur dengan produk lainnya, dan banyaknya daerah yang memproduksi kue saroja menghilangkan identitas kue saroja sebagai makanan yang populer di Kabupaten Ciamis.

Dengan memanfaatkan kemasan, keuntungan-keuntungan yang didapat dari perancangan kemasan bagi saroja ini diantaranya, selain diharapkan saroja dapat berkembang sebagai produk tradisional dengan memperluas segmentasi pasar, juga meningkatkan nilai jual produk dan juga daya tarik produk, juga membedakan dan menonjolkan saroja dari produk lainnya. Dengan begitu diharapkan juga dapat memperluas pemasaran produk saroja, dengan memperkenalkan saroja di daerah lain di luar Jawa Barat.

1.2 Permasalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

- a. Zaman yang semakin berkembang ikut mempengaruhi ekonomi, pasar, dan gaya hidup dari masyarakatnya sebagai konsumen.
- b. Sebagian besar masyarakat sebagai konsumen sekarang ini lebih sering pergi ke pasar modern untuk mendapatkan kebutuhannya karena lebih nyaman, variatif, dan praktis.
- c. Produk tidak mengikuti perkembangan zaman.

- d. Kue saroja belum memiliki kemasan yang memiliki daya tarik, keterangan produk yang lengkap, juga identitas daerah.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan kemasan saroja yang memiliki daya tarik, keterangan produk yang lengkap, dan identitas daerah?

1.3 Ruang Lingkup

1.3.1 Batasan Masalah

Melakukan perancangan kemasan yang memfokuskan pada kemasan produk yang memiliki daya tarik, keterangan produk yang lengkap, juga identitas daerah.

1.3.2 Apa

Saroja merupakan makanan tradisional yang berasal dari Kabupaten Ciamis. Mempunyai rasa gurih dan renyah, bahan utamanya merupakan tepung beras. Saroja digoreng menggunakan cetakan kuningan bergagang berbentuk saroja.

1.3.3 Bagaimana

Merancang kemasan untuk saroja yang memiliki daya tarik, keterangan produk yang lengkap, juga identitas daerah dengan melakukan penelitian terlebih dahulu, mengumpulkan data, dan melakukan analisis.

1.3.4 Dimana

Penelitian perancangan kemasan untuk saroja akan dilaksanakan di Kabupaten Ciamis dan sekitarnya, kemudian hasil perancangan akan digunakan untuk produk saroja, tidak hanya di daerah Ciamis dan Jawa Barat saja.

1.3.5 Kapan

Penelitian dengan pengumpulan data dan analisis data untuk perancangan kemasan dimulai dari Februari sampai April 2018, dan perancangan kemasannya akan dimulai dari Mei sampai Agustus 2018.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah kemasan yang memiliki daya tarik, keterangan produk yang lengkap, juga identitas daerah.

1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kualitatif, yang meliputi observasi, wawancara, dan studi pustaka.

- a. Observasi dalam penelitian kualitatif, menurut Creswell (2014: 254) merupakan pengamatan secara langsung yang dilakukan di lapangan untuk mengamati kegiatan dan perilaku di lokasi penelitian.
- b. Wawancara dapat dilakukan dengan cara mengajukan bersifat terbuka (*open-ended*) dan pertanyaan-pertanyaan tidak terstruktur, yang memunculkan pandangan dan opini dari para narasumber.
- c. Studi pustaka, menurut Darmawan (2013:163) adalah sumber literatur yang sesuai dengan topik penelitian yang digunakan sebagai pembahasn. Studi pustaka bertujuan untuk memperkuat pembahasan, dasar teori, dan sumber analisis pembahasan.

1.5.2 Metode Analisis Data

Metode analisis SWOT adalah metode analisis data yang digunakan. Analisis SWOT, menurut Kotler, adalah penilaian secara keseluruhan terhadap

kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang di miliki. Menurut Gitosudarmo (2001: 115) dalam metode ini harus memikirkan mengenai kekuatan atau *strenght* apa saja yang dimiliki, kelemahan atau *weakness* apa saja yang melekat, kemudian juga harus melihat kesempatan atau *opportunity* yang terbuka dan akhirnya mampu untuk mengetahui ancaman, gangguan, hambatan serta tantangan atau *threat* yang akan menjadi penghambat di kedepannya.

Strategi tersebut antara lain,

a. Strategi S - O

Menggunakan kekuatan (*strenght*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunity*) yang ada.

b. Strategi S - T

Menggunakan kekuatan (*strenght*) untuk mengatasi ancaman (*threat*).

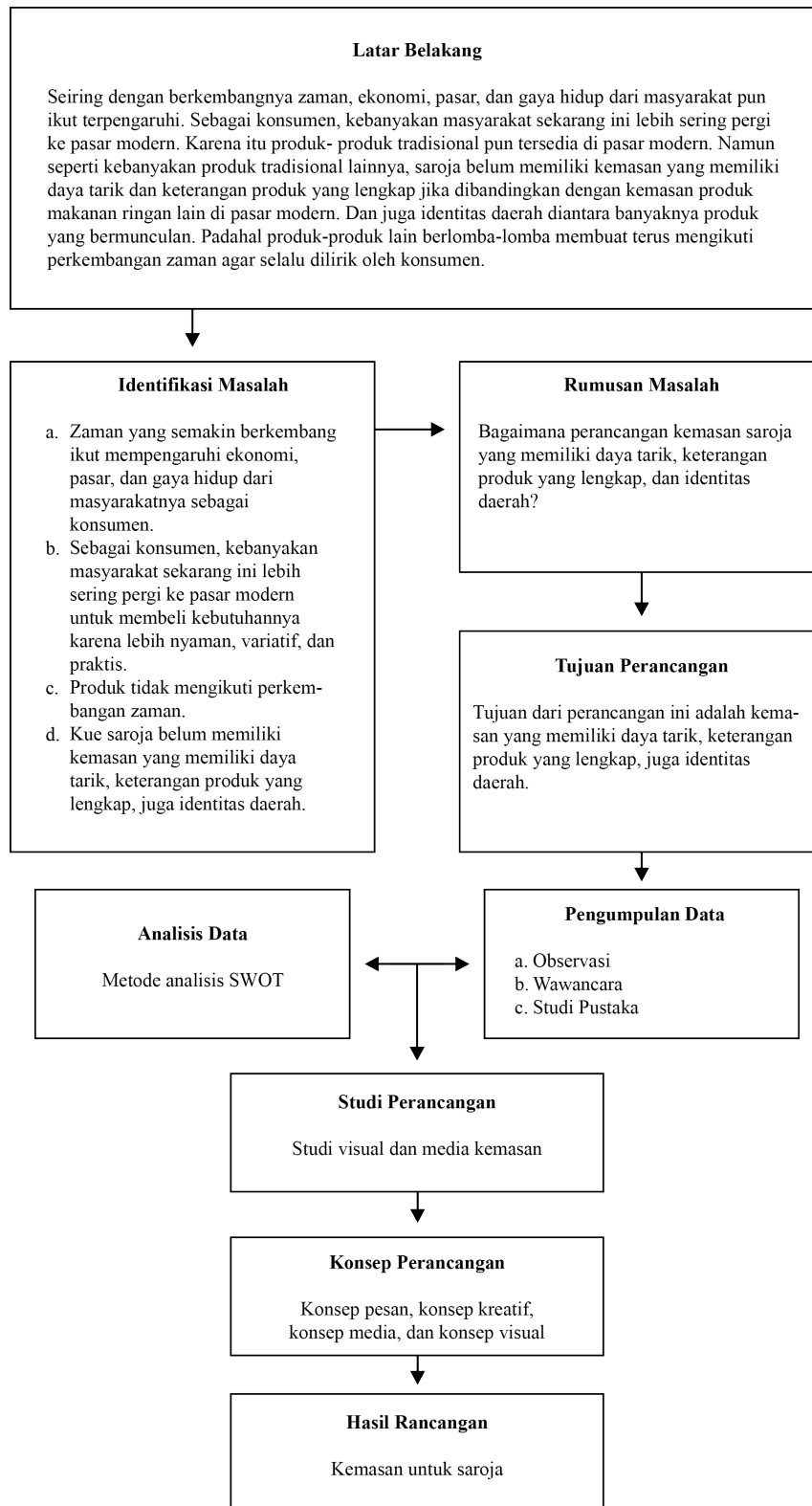
c. Strategi W - O

Meminimalisir kelemahan (*weakness*) untuk mengejar peluang (*opportunity*).

d. Strategi W - T

Meminimalisir kelemahan (*weakness*) untuk menghindari ancaman (*threat*).

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian
Sumber: Arsip penulis

1.7 Pembabakan

Secara sistematis, pengantar karya tugas akhir ini terbagi dalam lima bab dengan pembahasan sebagai berikut,

BAB I Pendahuluan

Berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup permasalahan, tujuan perancangan, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan kerangka perancangan.

BAB II Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran tentang topik yang diteliti melalui kajian literatur mengenai teori-teori yang nantinya akan digunakan sebagai landasan dalam perancangan.

BAB III Data dan Analisis Data

Berisi tentang perolehan data dari hasil observasi, wawancara, dan studi pustaka kemudian dianalisis kembali menggunakan SWOT untuk mendapat suatu hipotesa sebagai acuan dalam perancangan konsep desain.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Berisi konsep dan hasil perancangan mulai dari ide dasar, konsep media, dan konsep visual yang digunakan untuk memperkuat desain perancangan serta rancangan hingga penerapan visual pada media.

BAB V Penutup

Rangkuman singkat yaitu kesimpulan dari penelitian dan saran dari hasil tulisan pengantar karya Tugas Akhir.