

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal dengan beraneka ragam masakan khas di setiap daerahnya yang tidak lepas dari budaya setempat. Makanan tersebut menggunakan bumbu yang beraneka ragam yang diolah secara khusus menjadikannya cita rasa yang khas disetiap masakan. Dengan melimpahnya sumber daya alam Indonesia, menjadikannya racikan bumbu yang unik disetiap daerah. Sumatera Barat dikenal dengan olahan dagingnya yang enak, daging yang diolah dengan campuran kunyit, santan, lengkuas, serai dan bahan lainnya yang dimasak dalam waktu yang cukup lama, menjadikannya olahan daging yang sangat terkenal di Indonesia yaitu rendang.

Rendang tidak hanya terkenal di Sumatera Barat, tetapi seluruh Indonesia. Dapat dilihat dari banyaknya rumah makan padang yang menyebar diseluruh penjuru negeri yang tidak luput dari olahan rendangnya. Masyarakat Indonesia dari kalangan mana pun pasti mengetahui olahan tersebut karna khasnya rasa rendang. Nurmufida et al. (2017) Awal mula rendang ada karena orang india membawa kultur masakan mereka ke Sumatera Barat. Olahan *Massaman Curry* yang dibawa oleh orang india mirip sekali dengan gulai karena sama-sama dimasak menggunakan bahan santan. Lalu dimasak ulang lebih lama hingga menjadi kalio, kuah tersebut lebih kental, kecoklatan, dan berminyak. Orang Minang memasaknya lebih lama lagi hingga menjadi sangat coklat dan bumbunya meresap kedaging dan jadilah rendang.

Saat ini, para pelaku usaha menerapkan ide praktis untuk membuat bumbu kemasan yang telah diolah dan tinggal digunakan tanpa harus susah payah meracik bumbu sehingga dapat menghemat waktu. Pada buku yang berjudul “Membuat Bumbu Instan Kering” E. Hambali (2008) Bumbu instan adalah campuran dari dari berbagai macam rempah dan bumbu yang telah diolah dengan komposisi sesuai dengan jenis olahan tertentu. Dengan adanya alternatif bumbu instan, maka masyarakat akan dipermudah dalam mengolah masakan. Akan tetapi, rasa dan

kualitas dari produk bumbu instan tidak cukup untuk membuat produk tersebut dikenal dengan baik, ada beberapa aspek yang kurang diperhatikan oleh para pelaku usaha yaitu penggunaan kemasan. Kartajaya (2006) dalam (Kotler, 2017) berpendapat bahwa fungsi kemasan telah mengalami perubahan fungsi seiring dengan perkembangan teknologi karena pada zaman dahulu banyak orang yang mengatakan “*Packaging protects what it sells*” namun saat ini pernyataan itu berubah menjadi “*Packaging sells what it protects*”. Pernyataan tersebut mendukung bahwa sebuah desain kemasan sangat penting, karena dapat memicu daya tarik dalam pengambilan keputusan konsumen untuk memilih sebuah produk. Oleh karena itu kemasan harus menciptakan respon emosional yang positif (Cenadi, 2000). Dalam kasus ini, sakato sebagai produsen bumbu cepat saji kurang memperhatikan aspek kemasan.

Bumbu cepat saji sakato adalah salah satu produsen bumbu cepat saji khas sumatera barat yaitu berupa bumbu cepat saji olahan daging khususnya rendang, gulai, dan ayam goreng dengan menggunakan rempah-rempah kering yang dihaluskan. Sakato didirikan oleh Bapak Syafiri pada tahun 1991, dan saat ini diwariskan ke ibu Devi Alvera pada tahun 2010 dan menyuplai ke beberapa pasar dan rumah makan yang berada di kota-kota besar seperti Bekasi, Semarang, Yogya, Surabaya dan, Bali. Permasalahan sakato saat ini, mereka hanya menggunakan kemasan plastik yang disablon, aspek yang mencirikan bumbu khas Sumatera Barat tidak ditampilkan pada desain kemasan yang berdampak calon pembeli kurang memperhatikan produk sakato ini karena sulit untuk dikenal. Jika kemasan yang digunakan tidak dapat menarik minat pembeli, tentu produk sakato ini tidak dapat bersaing ke pasar yang lebih besar.

Dari permasalahan yang telah dipaparkan diatas, produk sakato perlu meningkatkan kualitas dan perubahan identitas kemasan produk, perancangan ulang identitas produk adalah solusi yang penulis ajukan, karena dilihat dari kemasan sakato yang tidak menggambarkan bumbu khas Sumatera Barat, membuat para calon pembeli sulit untuk mengenal produk sakato ini, dengan merancang ulang kemasan sakato yang nantinya akan membawa suasana Sumatera Barat kedalam perancangan identitas produk, akan memudahkan calon pembeli dalam mengenal produk sakato ini.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Tidak ada unsur Sumatera Barat dalam desain kemasan Sakato yang mengakibatkan produk sulit untuk dikenal.
2. Kualitas bahan kemasan yang kurang memadai karena masih menggunakan plastik biasa.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas kemasan dan memilih bahan kemasan Sakato agar lebih mudah dikenal dan melindungi isi kemasan dengan baik?

1.4 Ruang Lingkup

1. Apa
Perancangan identitas visual serta memilih bahan kemasan yang cocok untuk melindungi isi kemasan.
2. Dimana
Penelitian akan dilakukan di Bekasi.
3. Kapan
Penelitian akan dilakukan dari bulan September – Desember 2020
4. Siapa
Perancangan ini dibuat untuk masyarakat yang memiliki kesibukan padat dan memiliki waktu terbatas untuk memasak dengan rentan umur 20-35 tahun.
5. Bagaimana
Dalam perancangan ini penulis akan membuat identitas visual, pemilihan bahan kemasan, dan media promosi.

1.5 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dampak perancangan yang sesuai dengan produk terhadap mudahnya calon pembeli mengenali produk sakato.

1.6 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari perancangan identitas visual dan pemilihan bahan kemasan ini adalah sebagai berikut:

1. Mempermudah calon pembeli dalam mengenali produk sakato.

2. Meningkatkan kualitas keterjagaan isi produk sakato.

1.7 Metode Pengambilan Data dan Analisis

1.7.1 Metode Pengambilan Data

Dalam penelitian ini, metode pengambilan data yang digunakan yaitu kuantitatif.

1.7.2 Metode Studi Pustaka

1.7.2.1 Metode Wawancara

Wawancara menurut Edi (2016:2) yang dimaksud dengan wawancara adalah sebuah cara yang digunakan untuk mendapatkan informasi melalui rangkaian interaksi sosial peneliti dengan sumber informasi.

Wawancara yang dilakukan yaitu mewawancarai pemilik bumbu cepat saji Sakato yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi berupa sejarah mengenai berdirinya bumbu cepat saji Sakato, cara mereka berjualan, dan beberapa data yang nantinya akan mendukung perancangan ini.

1.7.2.2 Metode studi pustaka

Menurut Nazir (1998:111) yang dimaksud dengan studi pustaka adalah Teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literature-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang memiliki hubungan dengan masalah yang akan diselesaikan.

1.7.2.3 Kuisisioner

Pengambilan data dengan menyebarkan beberapa pertanyaan kepada orang dengan tujuan memperkuat data. Penulis menyebarkan kuisisioner didalam ruang lingkup yaitu daerah bekasi menggunakan googleform.

1.7.3 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah menggunakan metode analisis matriks untuk mencari perbandingan data dengan menggunakan tabel. Perbandingan dilakukan dengan menggunakan karya yang serupa.

1.8 Kerangka Perancangan

