

BAB II. PRODUK OLAHAN BUAH NANAS ALAM SARI SUBANG

II.1 Kabupaten Subang

Subang merupakan Kabupaten yang terletak di pesisir utara Provinsi Jawa Barat. Kabupaten ini memiliki pemandangan mulai dari pegunungan hingga hamparan pantai di utara Jawa. Subang memiliki beragam seni budaya serta, keragaman flora dan fauna sehingga, Subang berpotensi besar sebagai wilayah yang dijadikan Destinasi wisata. Menurut Yusuf (2015) Subang memiliki letak geografis yang dapat ditempuh hanya 1,5 jam dari Kota Bandung serta 2,5 jam dari Jakarta.



Gambar II.1 Denah Kabupaten Subang

Sumber: <http://indonesia-peta.blogspot.com/2010/10/gambar-peta-kota-subang.html>

(Diakses pada 26/10/2019)

II.1.1 Perkebunan Nanas Kabupaten Subang

Kabupaten Subang terletak pada daerah tropis membuat tanaman agraria menjadi tumbuh subur di Indonesia khususnya daerah Subang. Banyak buah yang dapat tumbuh di Indonesia namun tidak dapat tumbuh baik di daerah sub-tropis. Indonesia mampu menghasilkan buah-buahan yang berasal dari daerah tropis salah satunya adalah nanas. Iklim tropis menjadikan Subang sebagai sentra nanas karena terdapat banyaknya perkebunan nanas. Dengan begitu banyaknya sentra oleh-oleh yang memproduksi berbagai jenis makanan dengan bahan dasar nanas.



Gambar II.2 Kebun Nanas
Sumber: Dokumentasi Pribadi

(Diakses pada 26/10/2019)

II.1.2 Buah Nanas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2015), nanas merupakan salah satu tanaman yang tumbuh sepanjang tahun, tanaman yang berbatang pendek mempunyai umur penyimpanan 3 minggu sampai 1 bulan lamanya tergantung dari cara penyimpanan. Kabupaten subang adalah penghasil nanas di Indonesia, dengan iklim tropis Indonesia membuat tanaman Nanas tumbuh subur di Kabupaten Subang. Selain buah nanas yang di produksi warga Subang membuatnya menjadi olahan buah nanas, industri buah nanas Kabupaten Subang berkembang dengan adanya penggiat olahan buah nanas, menjadikan olahan buah nanas sebagai khas oleh-oleh dari Subang.



Gambar II.3 Nanas Subang
Sumber: Doumentasi Pribadi

(Diakses pada 26/10/2019)

II.1.3 Jenis Olahan Nanas di Kabupaten Subang

Ada berbagai jenis olahan di Kabupaten Subang, sesuai dengan survey di Jalan cagak, yang dimana adalah pusat tempat pembelian oleh-oleh khas Subang. Didapatkan beberapa jenis olahan buah nanas diantaranya dodol nanas, wajit nanas, keripik nanas, manisan nanas, sirup nanas, coklat nanas, dan terobosan hanya untuk dijual ke luar negeri yaitu nanas yang dikeringkan.



Gambar II.4 Ragam Olahan Nanas
Sumber: dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 26/10/2019)

II.1.4 UMKM Mekar Sari

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Mekar Sari adalah usaha yang di bentuk pertama kali oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) daerah Kabupaten Subang pada tahun 1990 beranggotakan 20 orang. Menurut Keputusan Presiden RI No. 99 Tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat”. UMKM Mekar Sari hanya memfokuskan produksi olahan pada olahan nanas. Pada tahun 1997 UMKM Mekar Sari yang beranggotakan 20 orang, membubarkan diri dan membuat perusahaan sendiri, UMKM Mekar Sari berganti nama menjadi UMKM Mekar Sari Erviani . Erviani sebagai pemilik tunggal dari Industri rumahan Mekar Sari, dan menjalankan usahanya hingga kini. Salah satu dari 20 anggota yang membuka usahanya sendiri adalah Ade Patas membuat usaha industri olahan nanas dengan nama Alam Sari.



Gambar II.5 Dodol Nanas Mekar Sari
Sumber: <http://profilusaha.blogspot.com/2010/09/dapur-dodol-nanas-mekarsari-subang.html>
(Diakses pada 26/10/2019)

II.2 Industri Rumahan Alam Sari

Industri rumahan Alam Sari yang berdiri sejak tahun 1997 beralamatkan Jalan Raya Cagak No. 18, Kecamatan Kasomalang, Kabupaten Subang. Industri rumahan milik bapak Ade Patas bergerak di industri olahan nanas, Alam Sari telah membuat berbagai macam olahan diantaranya sirup nanas, wajit, dodol dan manisan nanas. Toko Alam Sari sudah memiliki ijin usaha sejak tahun 2000 yaitu Depkes: P-IRT 2063213010325-23. Produk oleh-oleh khas Kabupaten Subang yang di jual oleh toko Alam Sari adalah berbagai macam olahan nanas seperti: dodol, keripik, dan lain-lain.



Gambar II.6 Toko Oleh-oleh Alam Sari
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 26/10/2019)

II.2.1 Sejarah Alam Sari

Melalui hasil wawancara langsung kepada pemilik dari Alam Sari yang bernama Ade Patas mengatakan bahwa sebelum terbentuknya UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Alam Sari. Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Subang membuat wadah untuk usaha – usaha yang tidak terdaftar di dalam badan izin usaha daerah, untuk membuat grup berjumlah 20 orang yang termasuk Ade Patas didalamnya. Grup tersebut berfungsi untuk menghimpun UMKM kecil yang sudah mempunyai nama maupun belum, untuk dikelola menjadi satu nama, saat sejak itu UMKM kecil tidak ada, menyisakan satu nama untuk menghimpun semua pengusaha olahan nanas Kabupaten Subang yaitu Mekar Sari. Pada awalnya Mekar Sari memproduksi berbagai olahan nanas seperti, dodol nanas, Sirup nanas, dan wajit nanas.

Pada tahun 1997, Ade Patas memutuskan untuk membuat usaha sendiri lepas dari Mekar Sari, selang waktu beberapa tahun Mekar Sari membubarkan diri menjadi 20 badan usaha yang di kepalai oleh masing-masing pionir Mekar Sari terdahulu. Berdiri sejak tahun 1997 Ade Patas memberi nama usahanya tersebut dengan nama Alam Sari. UMKM Alam Sari yang bergerak di industri pengolahan buah nanas memproduksi dodol nanas sebagai andalan, wajit nanas , sirup dan keripik nanas. Pemasaran dari perusahaan Alam Sari mengandalkan pendistribusian dari produsen utama ke pedagang kecil di daerah Subang dan sekitarnya.

II.2.2 Ragam Olahan Nanas Alam Sari

Sejak tahun 1997 Alam Sari terus berinovasi dalam industri olahan nanas adapun jenis produk dari Alam Sari Antara lain :

- **Dodol Nanas**

Dodol nanas menjadi produk andalan yang di buat oleh Alam Sari di buat dengan kemasan 500 gr dengan isi 20 biji dodol di dalam kemasan. umur dodol nanas bertahan sampai 1 hingga 2 bulan tergantung pada penyimpanan konsumen. Di jual dengan harga produsen 25.000 rupiah.



Gambar II.7 Dodol Nanas Alam Sari
Sumber: dokumentasi pribadi
(Diakses pada 26/10/2019)

- Sirup Nanas

Sirup Nanas kemasan botol kaca 200 ml dengan bahan baku utama adalah gula dan nanas. Bertahan hingga satu tahun lamanya tanpa bahan pengawet kimia.



Gambar II.8 Sirup Nanas Alam Sari
Sumber: dokumentasi pribadi
(Diakses pada 26/10/2019)

- Manisan Nanas

Manisan nanas dibuat dengan bahan dasar gula dan nanas yang sudah di karamelkan berat bersih 124 gr di jual dengan harga 29.000 rupiah.



Gambar II.9 Manisan Nanas Alam Sari
Sumber: dokumentasi pribadi
(Diakses pada 26/10/2019)

- Keripik Nanas

Keripik nanas dibuat dengan bahan dasar nanas dan minyak nabati, mempunyai berat bersih 100 gr. Harga produsen mencapai 25.000 rupiah.



Gambar II.10 Keripik Nanas Alam Sari
Sumber: dokumentasi pribadi
(Diakses pada 26/10/2019)

II.3 Kemasan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2017) kemasan adalah pelindung pembungkus barang dagangan. Kemasan juga berarti suatu ilmu desain yang kreatif menghubungkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen yang mendukung desain dari informasi produk tersebut. Kemasan merupakan suatu proses mengemas dan melindungi produk atau barang yang akan dipasarkan kepada konsumen agar tetap terjaga (Klimchuck dan Krasovec, 2006, h.33).

II.3.1 Sejarah Kemasan

Sejarah kemasan tidak dapat diukur kapan waktu dan tahun yang tepat . 100.000 tahun yang lalu pada saat zaman purba sudah mencari cara untuk menyimpan bahan makanan di suatu tempat agar bisa dikonsumsi kembali nantinya (Julianti, 2014, h.4). Dengan berbagai zaman dengan pola yang serupa mencari cara untuk membuat kemasan dari bergai bahan baku yang tersedia di alam. Di dalam buku yang berjudul “*The Art Of Packaging*” menjelaskan bahwa perkembangan sejarah kemasan modern di bagi dalam dua zaman yaitu zaman kemasan gelas, kayu dan kaleng. Zaman yang selanjutnya yaitu dikategorikan sebagai zaman kemasan plastik dan karton. Perkembangan di Indonesia sama seperti di belahan dunia lainnya. Kini kemasan tidak hanya

berfungsi sebagai pelindung makanan atau minuman tetapi kemasan sekarang fungsi lain sebagai media promosi dan informasi yang menunjukkan identitas dari sebuah perusahaan agar lebih dikenal dan menjadi pilihan masyarakat.

II.3.2 Kemasan Produk Makanan

Kemasan pada sebuah produk berperan dalam berbagai aspek salahsatunya adalah mencerminkan budaya daerah menurut Kasmana & Maulina (2015, h.112) kemasan makanan khususnya kemasan makanan daerah mengandung citra kearifan lokal dan budaya yang terkandung pada daerah tersebut. Kemasan pada produk makanan juga berfungsi sebagai meningkatkan nilai jual pada isi dari kemasan tersebut. Menurut Julianti (2014, h.15) kemasan pada produk bisa meningkatkan nilai harga pada sebuah produk.

II.3.3 Jenis Kemasan

Berdasarkan isi dari kemasan di bagi menjadi 3 jenis,yaitu:

- **Kemasan Primer**
Kemasan yang langsung menyentuh dengan isi (kaleng buah dan botol).
- **Kemasan Sekunder**
Kemasan yang melindungi kemasan lainnya atau kemasan primer, seperti kardus kertas indomie melindungi kemasan plastic Indomie.
- **Kemasan Tersier**
Kemasan yang diperlukan untuk menyimpan dalam proses pengiriman pelindung produk selama masa pengiriman atau pengangkutan.

Berdasarkan jangka waktu pemakaiannya kemasan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu :

- **Kemasan sekali pakai (*Disposable*)**, yaitu kemasan yang pemakaiannya terbatas, contoh bungkus daun dan bungkus plastik.
- **Kemasan yang dapat digunakan berulang kali (*Multi Trip*)**, yaitu kemasan yang umumnya tidak dibuang oleh konsumen dan memiliki nilai pakai kembali sehingga dapat dimanfaatkan ulang oleh pabrik. Contohnya botol dan kaleng.

- Kemasan yang tidak dibuang (*Semi Disposable*), yaitu kemasan yang dapat digunakan untuk kepentingan lain yang ada di rumah. Contohnya kaleng biskuit, kaleng susu dan berbagai jenis botol.

Berdasarkan tingkat kesiapan pakai, kemasan dibagi menjadi dua jenis, yaitu :

- Kemasan siap pakai adalah kemasan yang siap untuk digunakan sehingga dapat diisi dengan bentuk yang telah sempurna sejak diproduksi dari pabrik. Contohnya adalah wadah kaleng, wadah plastik, wadah botol, dan sebagainya.
- Kemasan siap rakit adalah kemasan yang masih memerlukan tahap perakitan sebelum digunakan untuk pengisian, misalnya kaleng dalam bentuk lempengan dan silinder fleksibel, wadah yang terbuat dari kertas, foil atau plastik (Klimchuck dan Krasovec, 2006, h.42).

II.3.4 Fungsi Kemasan

- Fungsi Protektif Kemasan

Kemasan berfungsi sebagai pelindung suatu produk dari hal-hal yang dapat merusak produk dapat dilihat dari ketahanan temperatur, penyerapan udara atau *moisture* (penguapan), tahan dari hentakan dan guncangan, tanggal *expired* dari kemasan tersebut (Julianti, 2014, h.19-20).

- Fungsi Promosional Kemasan

1. *Self Service*

Suatu kemasan harus menarik, memberikan ciri khas produk serta nilai, sehingga bisa meyakinkan konsumen dan memberikan kesan yang mendukung produk.

2. *Consumer Offluence*

Pengemasan dengan cara yang baik dapat membuat konsumen rela membayar lebih, untuk kemudahan dan penampilan.

3. *Company and Brand Image*

Kemasan yang dirancang dengan cermat akan mempermudah proses *recognize* dimata konsumen.

4. *Inovational Opportunity*

Dengan memberikan kemasan inovatif akan bermanfaat bagi konsumen dan benefit kepada produsen (Kotler & Keller, 1999, h.228).

II.3.5 Identitas dalam Desain Kemasan

Identitas desain kemasan adalah suatu kepribadian dalam merek atau produk yang memiliki sarat emosi. Identitas dalam sebuah logo yang kuat dapat membuat proses periklanan dan hubungan kepada masyarakat menjadi lebih efektif dan tampilan visual dari makna yang melekat sehingga memungkinkan konsumen untuk menerima pesan dari merek atau produk tersebut dengan lebih mudah. Produk-produk yang menyandang logo dari perusahaan-perusahaan yang terkenal dan berkualitas tinggi diuntungkan oleh persepsi bahwa produk-produk tersebut memiliki kualitas super. Daya tarik produk bagi konsumen dengan demikian semakin diperkuat oleh suatu tingkat kenyamanan yang ditimbulkan oleh merek yang telah dikenal baik konsumen (Gobe, 2005, h.129). Identitas dalam suatu merek adalah suatu komponen penting yang didalamnya termasuk nama, warna, simbol dan elemen desain lainnya yang mendukung merek tersebut. Representasi visual dari elemen dan kombinasinya mendefinisikan suatu merek sehingga dapat membedakan produk atau jasa dengan lainnya. Menciptakan identitas merek yang memiliki keterkaitan emosional dengan konsumen. Sehingga membuat suatu produk ketika masuk kedalam pikiran konsumen dapat memberikan identitas tersebut menjadi persepsi atas produk yang dipilih konsumen (Klimchuck dan Krasovec, 2006, h.40).

II.3.6 Desain Kemasan Sebagai Alat Komunikasi

Kemasan sebagai alat komunikasi harus dapat memberikan informasi yang jelas serta dapat dipercaya lewat produknya yang digunakan konsumen. Memberikan informasi yang harus dihindari oleh konsumen. Kemasan juga memberikan informasi tentang isi, bahan dan waktu dari penggunaan produk tersebut. Desain yang baik adalah desain yang mampu mempengaruhi konsumen dan dapat memberikan respons positif tanpa perlu disadari oleh konsumen. Banyak hal terjadi ketika konsumen membeli suatu produk yang tidak lebih baik dari produk

lainnya walaupun harganya lebih mahal. Dalam hal ini dapat dipastikan bahwa terdapat daya tarik tertentu yang mempengaruhi konsumen secara psikologis tanpa disadarinya dalam memilih produk tersebut. Kasmana & Maulina (2015, h.114) berpendapat bahwa kebanyakan makanan khas daerah belum ditangani dengan serius.

II.3.7 Tujuan Desain Kemasan

Tujuan dalam desain kemasan harus selaras dengan tujuan *marketing* dan *branding* dari produk tersebut. Sehingga memberikan tampilan yang selaras dengan tujuan dari desain kemasan dan *branding* produk tersebut misalnya :

- Menampilkan keunikan dan keunggulan dari produk
- Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk
- Mempertahankan keseragaman dan keselarasan dalam kesatuan merek produk
- Memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk
- Mengembangkan dan berinovasi dalam membuat bentuk kemasan yang berbeda tetapi sesuai dengan kategorinya (Julianti, 2014, h.282).

II.3.7 Undang – Undang Kemasan

Undang-undang kemasan yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Obat-Obatan dan Makanan berguna untuk melindungi konsumen dan isi dari kemasan tersebut. Adapun beberapa poin yaitu:

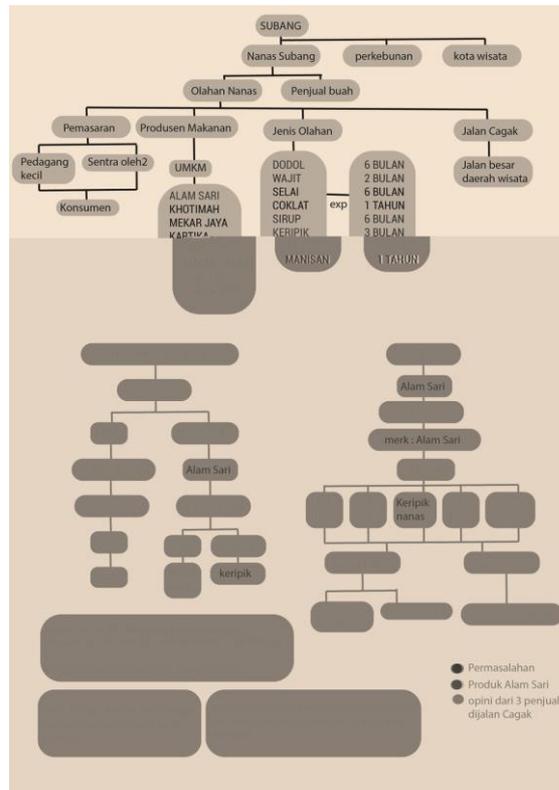
- Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 131, tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia 3867)
- Permenkes No. 30 Tahun 2013 tentang pencantuman informasi kandungan gula, garam, dan lemak serta pesan kesehatan untuk pangan olahan dan pangan siap saji (berupa negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 617) sebagaimana diubah dengan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 63 Tahun 2015 tentang perubahan atas Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 30 Tahun 2013 tentang pencantuman informasi kandungan gula, garam, dan lemak serta pesan kesehatan untuk pangan olahan dan pangan siap saji (berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 1510)

- UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, tambahan lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821)

II.4 Analisis data

II.4.1 Analisis Permasalahan Produk Kemasan Alam Sari

Untuk memudahkan proses analisis perancangan guna menemukan prioritas utama permasalahan maka dibuat *mindmapping* produk olahan nanas Alam Sari.

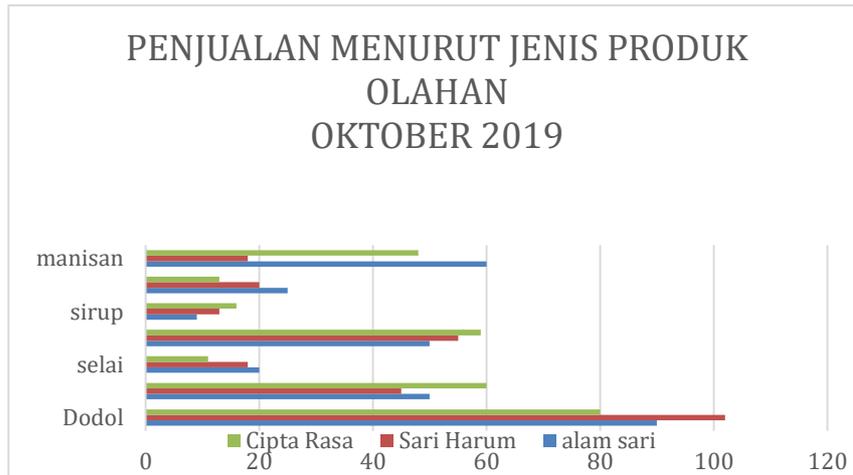


Gambar II.12 *mind mapping* permasalahan

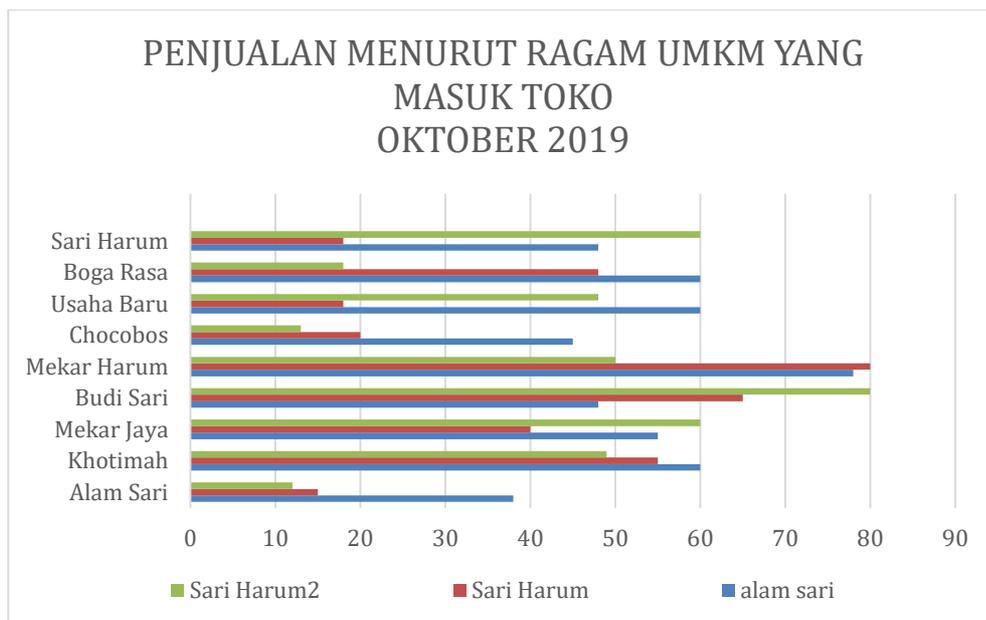
Sumber: Dokumentasi Pribadi

(Diakses pada 26/10/2019)

Adapun hasil survey dari tiga toko sentra oleh-oleh sepanjang jalan cagak, bertujuan untuk mengambil data minat beli masyarakat terhadap produk olahan nanas. Untuk mempermudah proses identifikasi maka dibuat grafik penjualan menurut produk pada bulan Oktober 2019.



Tabel II.1. Tabel Penjualan Jenis Produk Olahan
 Sumber: 3 toko oleh-oleh di jalancagak
 (Diakses pada 26/10/2019)



Tabel II.2. Tabel penjualan Ragam UMKM
 Sumber: 3 toko oleh-oleh di jalan Cagak
 (Diakses pada 26/10/2019)

Hasil dari analisis di atas menunjukkan pemasaran setiap UMKM sama dengan metode penitipan dari produsen ke sentra oleh-oleh dan pedagang kecil. Dengan hasil penjualan yang berbeda-beda pada setiap produknya. Dari hasil tabel menunjukan bahwa UMKM yang paling laku adalah Mekar Harum, dan produk yang laku dipasaran yaitu dodol dan wajit. Sebaliknya UMKM yang kurang laku

di pasaran adalah Alam Sari dan produk yang kurang diminati adalah keripik nanas.

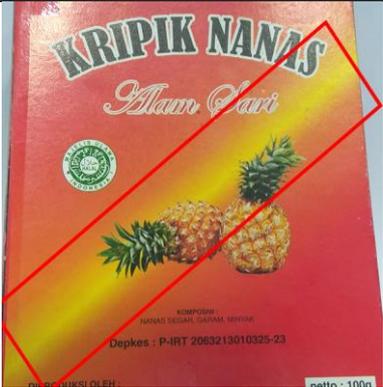
Hasil opini dari 3 pedagang sentra oleh-oleh didapatkan bahwa produk nanas Alam Sari kurang diminati karena kemasan dan bobot dari kemasan kurang sebanding dengan harga. Kemasan Produk Alam Sari kurang diminati karena kurang dinilai oleh pedagang kurang menjual, dibanding pesaing lainnya. Menurut hasil wawancara dari pedagang Alam Sari memiliki seri kemasan tetapi tidak mempunyai ciri khas dari setiap produknya, terlebih dari keripik nanas yang kurang diminati masyarakat produk nanas milik Alam Sari memiliki harga relatif mahal di banderol dengan harga Rp.25.000-30.000 rupiah.

Untuk alasan ini perancangan kemasan Keripik Alam Sari lebih dibutuhkan karena tingkat kepentingan diutamakan dibanding dengan pemasaran atau pun promosi.

II.4.2 Analisis Unsur – Unsur Desain pada Kemasan Produk Olahan Alam Sari

Untuk memudahkan pemahaman dan proses analisa maka dibuat tabel sebagai berikut.

Tabel II.3. Tabel Analisa Unsur Desain Pada Kemasan Produk Nanas Alam sari
 Sumber: Pengolahan data pribadi
 (Diakses pada 26/10/2019)

Garis	
<p>Unsur garis pada kemasan keripik Nanas Alam Sari terlihat dari bentuk kemasan tegak lurus membentuk bidang persegi dan garis kuning solid pada kemasan berjenis diagonal lurus. Memberikan kesan kaku dan formal. Sejatinya isi dari makanan tersebut adalah keripik di identikan dengan makanan camilan atau makanan ringan ,biasa dimakan di kegiatan</p>	

<p>non-formal.</p>	
<p>Unsur garis pada kemasan dodol Nanas Alam Sari terlihat dari bentuk kemasan tegak lurus membentuk bidang persegi panjang dan garis kuning solid pada kemasan berjenis diagonal lurus. Memberikan kesan kaku dan formal. Sejatinya isi dari makanan tersebut adalah dodol .</p>	
<p>Unsur garis pada kemasan sirup Nanas Alam Sari terlihat dari bentuk kemasan tegak lurus membentuk bidang persegi panjang dan bidang kuning solid pada kemasan berbentuk persegi panjang. Memberikan kesan kaku dan formal. Sejatinya isi dari kemasan di identikan dengan minuman berperisa nanas.</p>	
<p>Unsur garis pada kemasan manisan Nanas Alam Sari terlihat dari bentuk kemasan tabung tegak lurus membentuk bidang persegi dan. Sejatinya isi dari kemasan tersebut adalah manisan di identikan dengan makanan camilan atau makanan ringan ,biasa dimakan di kegiatan non-formal.</p>	
<p>Bentuk</p>	

<p>Unsur bentuk di bagi dua menurut Suryaatmadja (2016, h.8) menjelaskan bahwa bentuk dibagi dua yaitu bentuk geometris dan tidak beraturan.</p> <p>Bentuk geometris memiliki arti formal dan sebaliknya pada bentuk tidak beraturan.</p> <p>Pada kemasan keripik alam sari memiliki bentuk geometris.</p>	
<p>Pada kemasan dodol alam sari memiliki bentuk geometris.</p>	
<p>Pada kemasan Sirup alam sari memiliki bentuk geometris.</p>	
<p>Pada kemasan manisan alam sari memiliki bentuk geometris.</p>	

Ruang

Ruang merupakan Jarak Antara Suatu bentuk dengan bentuk lainnya, biasanya dapat dijadikan unsur pemberi efek estetika desain. Dalam pengertiannya area yang kosong yang berada di antara elemen- elemen



Visual juga dianggap sebagai elemen desain. Bidang kosong di maksudkan memeberikan kesan “istirahat” serta meberikan kesan tekanan pada objek visual yang ada dalam sebuah desain.

Pada kemasan keripik nanas Alam Sari terdapat ruang kosong yang banyak, kemasan depan dan belakang dibuat sama memberikan kesan paksaan untuk di isi, serta masih banyak ruang kosong di sisi kiri dan kanan kemasan.

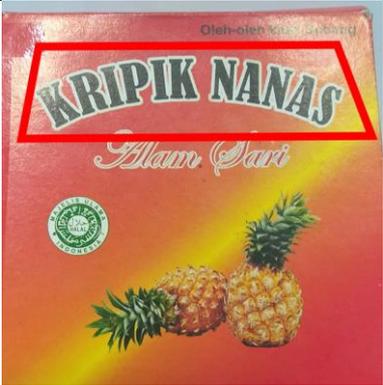
Pada kemasan Dodol nana Alam Sari terdapat ruang kosong yang banyak, kiri dan kanan kemasan.

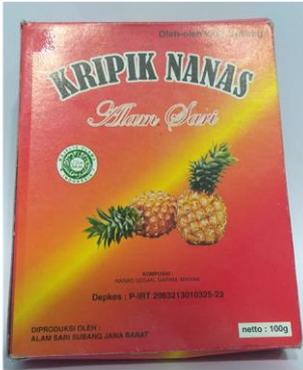


<p>Pada kemasan sirup nana Alam Sari terdapat ruang kosong yang banyak, kiri dan kanan kemasan.</p>	
---	--

<p>Pada kemasan Dodol nana Alam Sari terdapat ruang kosong yang banyak, kiri dan kanan kemasan.</p>	
---	---

Ukuran

<p>Ukuran adalah unsur lain dalam desain grafis yang mendefinisikan besar kecilnya suatu objek. Unsur ini digunakan untuk memperlihatkan objek mana yang ditonjolkan dan kontras pada penekanan pesan.</p> <p>Pada Kemasan Keripik Alam Sari, skala ukuran tulisan kemasan “keripik nanas” dibuat besar mengartikan prioritas objek. Dibandingkan dengan tulisan informasi lainnya.</p>	
---	--

<p>Pada Kemasan Dodol Alam Sari, skala ukuran tulisan kemasan “Alam Sari” dibuat besar mengartikan prioritas objek. Dibandingkan dengan tulisan informasi lainnya.</p>	
<p>Pada Kemasan Sirup Alam Sari, skala ukuran tulisan kemasan “Sirup Nanas” dibuat besar mengartikan prioritas objek. Dibandingkan dengan tulisan informasi lainnya.</p>	
<p>Pada Kemasan Manisan Alam Sari, skala ukuran tulisan kemasan “Manisan Nanas” dibuat besar mengartikan prioritas objek. Dibandingkan dengan tulisan informasi lainnya.</p>	
<p>Warna</p>	
<p>Warna adalah elemen dari unsur desain grafis yang menjadi penarik perhatian paling utama. Penggunaan warna yang tepat akan berbanding lurus dengan kualitas, citra, keterbacaan, dan penyampaian pesan dalam desain tersebut. Berdasarkan hal suhu warna di kemasan alam sari berwarna merah begaris horizontal</p>	

berwana kuning memberi kesan menarik perhatian mata. Di beri teks warna hitam bertulisan “KERIPIK NANAS” untuk memperjelas pesan terkait di dalamnya.

Warna adalah elemen dari unsur desain grafis yang menjadi penarik perhatian paling utama. Penggunaan warna yang tepat akan berbanding lurus dengan kualitas, citra, keterbacaan, dan penyampaian pesan dalam desain tersebut. Berdasarkan hal suhu warna di kemasan alam sari berwarna merah begaris horizontal berwarna kuning memberi kesan menarik perhatian mata. Di beri teks warna kuning dengan garis luar warna hitam bertulisan “Dodol Nenas” untuk memperjelas pesan terkait di dalamnya.

Warna adalah elemen dari unsur desain grafis yang menjadi penarik perhatian paling utama. Di beri teks warna hitam bertulisan “Sirup Nanas” untuk memperjelas pesan terkait di dalamnya.



<p>Warna adalah elemen dari unsur desain grafis yang menjadi penarik perhatian paling utama. Di beri teks warna hitam bertulisan “Manisan Nanas” untuk memperjelas pesan terkait di dalamnya.</p>	
---	---

II.4.3 Analisis Tolok Ukur Produk Kemasan Alam Sari

Untuk mempermudah proses analisis maka dibuat dengan format tabel.

Tabel II.4. Tabel Analisis tolok ukur Desain Pada Kemasan Produk Nanas Alam Sari
 Sumber: Pengolahan data Pribadi
 (Diakses pada 26/10/2019)

No.	Tolok Ukur	Produk							
		Dodol		Sirup		Keripik		Manisan	
		ya	tidak	ya	tidak	Ya	tidak	ya	tidak
1.	Keseluruhan komponen-komponen desain harus tampil seimbang. Tidak berat sebelah. Desainer harus memadukan keseimbangan antara tulisan, warna, atau pun gambar sehingga tidak muncul kesan berat sebelah (Laurer & Pentak, 2007, h.17)		v		v		v		v
2.	Kesatuan dalam prinsip desain grafis adalah kohesi, konsistensi, ketunggalan atau keutuhan, yang merupakan isi pokok dari komposisi. Dengan prinsip	v		v		v		v	

	<p>kesatuan dapat membantu semua elemen menjadi sebuah kepaduan dan menghasilkan tema yang kuat, serta mengakibatkan sebuah hubungan yang saling mengikat (Laurer & Pentak, 2007, h.18).</p> <p>Dari semua bagian kemasan hanya ada satu yang memperkuat bagian sesuai dengan tema yaitu ilustrasi nanas, pada bagian lain nya tidak menandakan atau satu kesatuan dengan isi kemasan tersebut. Hal ini berakibat fatal akan kesalahan persepsi antara kemasan dan isi.</p>							
3.	<p>Ritme, bentuk pengulangan desain gambar atau ilustrasi. Berguna untuk menciptakan ingatan pada konsumen (Laurer & Pentak, 2007, h.19)</p> <p>Pada produk kemasan olahan Nanas Alam Sari, ritme ini dipergunakan di bagian backround untuk menyamakan semua kemasan produk alam sari, menciptakan ingatan kepada konsumen dengan asumsi bahwa kemasan tersebut memiliki seri yang sama dan warna yang sama.</p>	v		v		v		v
4.	<p>Penekanan informasi, setiap bentuk desain ada hal yang perlu</p>	v		v		v		v

	ditonjolkan lebih dari yang lain. Tujuan utama dari penekanan ini adalah mengarahkan pandangan khalayak sehingga apa yang mau disampaikan tersalur (Laurer & Pentak, 2007, h.19)							
5.	Menurut Julianti (2014, h.15) kemasan yang baik adalah kemasan yang melindungi isi dari kemasan tersebut. Kemasan dari Alam Sari sudah melindungi kemasan dengan membuat kemasan dari primer dan sekunder.	v		v		v		v
6.	Pada desain kemasan Alam Sari tidak terdapat anjuran kategori kemasan daur ulang, UU/No.8 tentang perlindungan konsumen menjelaskan tentang daur ulang. Kemasan yang baik adalah mencantumkan penjelasan kategori daur ulang.		v		v		v	v
7.	Pada desain kemasan Alam sari tidak di cantumkan tanggal kadaluarsa baik pada kemasan primer maupun sekunder. UU/No.8 tentang perlindungan konsumen menjelaskan untuk pentingnya mencantumkan tanggal kadaluarsa pada produk makanan.		v		v		v	v

8	<p>Warna, di dalam buku “<i>art of packaging</i>” menjelaskan perumpamaan pemilihan packaging, contoh packaging kemasan sabun cair dengan aroma kunyit, warna yang lebih dominan adalah warna coklat dan jingga. Kemasan Alam Sari adalah jenis Produk yang menjual Olahan dengan bahan dasar nanas tetapi warna kemasan tidak mencerminkan warna dasar dari bahan baku tersebut.</p> <p>Warna kemasan juga harus mewakili dari isi kemasan, saran Alam sari menjual olahan Nanas dengan dominan berwarna kuning. Maka dari itu kemasan dari alam sari seharusnya dominan berwarna kuning.</p>	v		v		v		v
9.	<p>Pada penulisan semua kemasan olahan Alam Sari memakai font berjenis sherif. Huruf sans serif efektif digunakan untuk megaet perhatian terutama pada wajah dan judul. <i>Font</i> bisa menjadi ciri khas atau identitas dari objek yang diambil (Wantoro, 2012, h.84)</p>	v		v		v		v

II.4.4 Hasil Analisis Kemasan

Berdasarkan hasil analisis kemasan didapatkan hasil sebagai berikut:

- Kemasan produk nanas Alam Sari memiliki keunggulan dari pengemasan kemasan dengan membuat kemasan sekunder dan primer kecuali manisan nanas.
- Kemasan produk nanas Alam sari tidak membuat indikator keselamatan bagi konsumen berdasarkan UU/No.8 tentang perlindungan konsumen. Diantaranya pencantuman kadaluars, nilai gizi dan kategori simbol daur ulang kemasan.
- Kemasan produk Alam Sari memiliki konsistensi tema warna.
- Penggunaan ruang kosong pada kemasan kurang dimaksimalkan oleh industri rumahan Alam Sari.
- Produk kemasan Alam Sari sudah memenuhi dari faktor pembeda dengan membuat warna mencolok agar cepat di kenali oleh konsumen , akan tetapi masih belum adanya unsur estetika pada kemasan tersebut dapat mengurangi nilai jual dari kemasan tersebut.

II.4.5 Wawancara

Tabel II.4. Tabel wawancara
Sumber: Pengolahan data Pribadi
(Diakses pada 26/10/2019)

Bagaimana Sejarah Alam Sari?	Toko Alam Sari berdiri pada tahun 1997 yang merupakan pecahan dari UMKM Mekar Sari yang menjual berbagai macam olahan Nanas khas dari Kabupaten Subang. Alasan Bapak Ade Patas untuk membuka usahanya sendiri adalah dikarenakan ingin berkembang dan terus berinovasi dalam industry olahan nanas. Untuk modal awal bapak Ade Patas meminjam dari Koperasi Usaha Kecil Menengah.
Dalam Sekali produksi bisa menghabiskan berapa buah nanas?	Bahan baku pembuatan olahan nanas bahan utama ini adalah nanas segar, garam dan minyak nabati. Dalam sekali produksi keripik nanas yang dihasilkan mencapai 150 bungkus.

Berapa lama Proses Pembuatan olahan Nanas Alam Sari?	Lama proses pembuatan tergantung pada cuaca saat penjemuran nanas, umumnya memakan waktu satu hari penuh.
Berapa banyak pengiriman sekali produksi?	Dalam sekali produksi 150 bungkus dikirim ke distributor kecil untuk dijual kembali kepada pedagang kecil yang tersebar di Kabupaten Subang.
Berapa lama untuk ketahanan dari olahan nanas Alam Sari?	Hasil wawancara menyebutkan bahwa ketahanan atau kadaluarsa dari produk nanas bervariasi tergantung olahan. Tergantung cara penyimpanannya, dianjurkan untuk menutup rapat dan dijaga agar tidak ada angin yang masuk ke dalam kemasan.
Inovasi apa saja yang dilakukan Alam Sari?	Inovasi keripik nanas merupakan pengembangan dari olahan nanas sebelumnya. Dengan inovasi keripik
Harapan apa yang diharapkan Bapak Ade Patas	Bapak Ade Patas berharap agar oleh-oleh dari Kabupaten Subang bisa di bawa kemana mana dan menjadi camilan asik untuk keluarga. Produk yang di keluarkan oleh Alam Sari tidak memakai pengawet apapun. Dengan pengolahan dan kemasan yang dijaga guna ketahanan dari keripik tersebut.

II.4.7 Observasi

Berdasarkan observasi di 3 sentra olahan nanas di sepanjang Jalan Raya Cagak melalui wawancara olahan makanan yang paling diminati oleh konsumen adalah dodol, karena dodol lebih praktis dalam pengemasan dan kemasan lebih menarik. Adapun produk makanan yang kurang diminati oleh konsumen adalah keripik nanas. Salah satu merk yang kurang laku itu adalah milik Alam Sari. Data diambil dari sumber pembukuan masing masing dari toko di jalan Cagak Kabupaten Subang. Hasil opini dari 3 pedagang sentra oleh-oleh didapatkan bahwa keripik nanas kurang diminati karena kemasan dan bobot dari kemasan kurang sebanding dengan harga. Dibandingkan dengan dodol nanas dan wajit lebih menjanjikan dari

bobot dan harga. Kemasan keripik Alam Sari kurang diminati karena kurang dinilai oleh pedagang kurang menjual, dibanding pesaing lainnya. Menurut hasil wawancara dari pedagang Alam Sari Memiliki seri kemasan tetapi tidak mempunyai ciri khas dari setiap produknya, terlebih dari keripik nanas yang kurang diminati masyarakat produk keripik nanas milik Alam Sari memiliki bobot 100 gr dengan harga relatif mahal di banderol dengan harga Rp.25.000-30.000 rupiah.

II.4.8 Kuisisioner Olahan Nanas Alam Sari Kabupaten Subang

Kuisisioner ini dilakukan secara daring kepada 20 responden yaitu dengan target masyarakat wisatawan Kabupaten Subang. Sebelum dilakukan proses kuisisioner responden diberi edukasi tentang olahan nanas Kabupaten Subang. Pertanyaan yang diberikan mengandung unsur 5W+1H.

- Apakah anda pernah pergi ke daerah Kabupaten Subang?
 1. Ya
 2. tidak

Berdasarkan hasil dari kuisisioner terhadap 20 orang responden 58% sudah pergi ke daerah Kabupaten Subang dan sisanya 42% belum. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah bahwa wisatawan luar kabupaten Subang sebagian pernah datang ke kabupaten Subang.



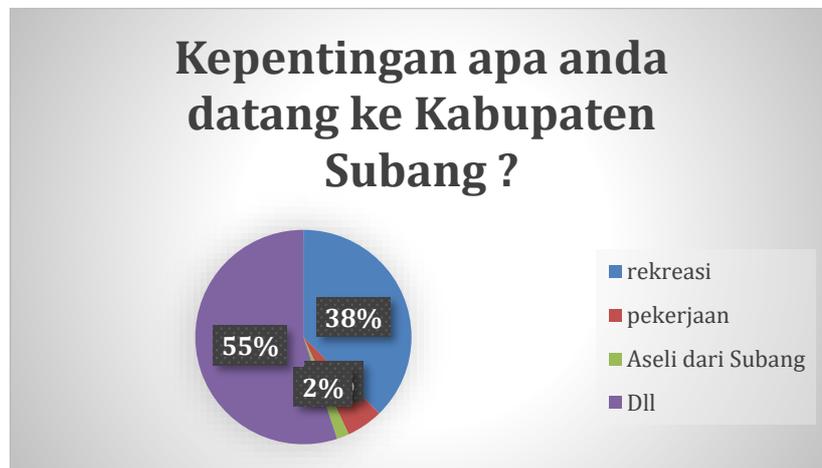
Gambar II.6 Kuisisioner 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 26/10/2019)

- Kepentingan apa anda datang ke Kabupaten Subang ?

Berdasarkan hasil dari 20 responden :

1. 82% rekreasi.
2. 12% pekerjaan
3. 4% asli dari Subang
4. 2% dan lain- lain.

Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah bahwa wisatawan dari luar kabupaten Subang dan sekitarnya 82% datang untuk rekreasi. 12% untuk kepentingan pekerjaan. 4% orang asli dari Subang 2% lainnya menjawab dengan berbagai hal diluar kategori yang disediakan.



Gambar II.6 Kuisisioner 2
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 26/10/2019)

- Apakah anda pernah mencicipi olahan nanas khas Subang ?

1. Ya
2. tidak

Berdasarkan hasil dari kuisisioner terhadap 20 orang responden kebanyakan 65% pernah mencicipi dan 35% belum pernah. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah sebagian besar dari wisatawan pernah mencicipi olahan nanas khas dari Subang.



Gambar II.7 Kuisisioner 3
 Sumber: Dokumentasi Pribadi
 (Diakses pada 26/10/2019)

- Olahan apa saja yang pernah dicoba (jawaban boleh lebih dari satu)?
 1. Dodol
 2. Keripik
 3. Wajit
 4. Manisan
 5. sirup

Berdasarkan hasil dari kuisisioner terhadap 20 orang responden kebanyakan 43% pernah mencoba dodol dan 9% mencoba keripik dan sirup. Kesimpulannya olahan yang paling umum di coba wisatawan adalah dodol dan kurang diminati keripik dan sirup.



Gambar II.8 Kuisisioner 4
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 26/10/2019)

- Dari siapa anda mengetahui produk olahan nanas?
 1. Keluarga
 2. Melihat toko oleh-oleh
 3. teman

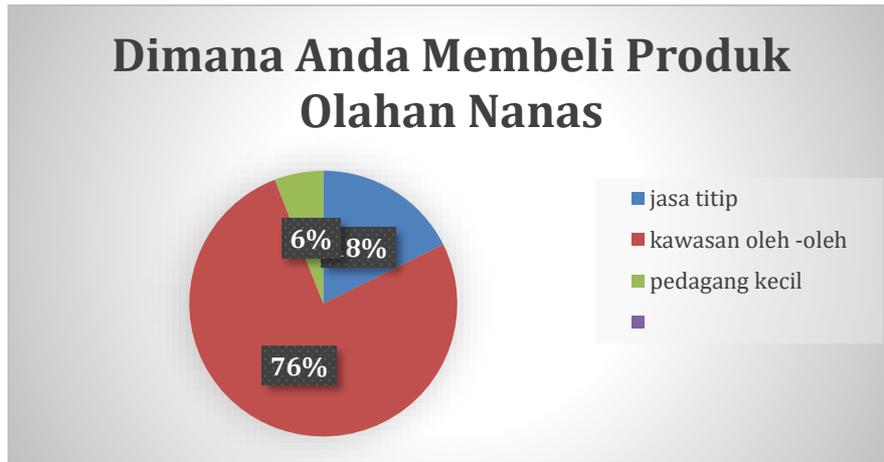
Berdasarkan hasil dari kuisisioner terhadap 20 orang responden kebanyakan 80% mengetahui produk dari keluarga dan 10% lainnya dari teman dan toko oleh oleh.



Gambar II.9 Kuisisioner 5
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 26/10/2019)

- Dimana anda dapat membeli produk olahan nanas?
 1. Jasa titip
 2. Kawasan oleh-oleh
 3. Pedagang kecil

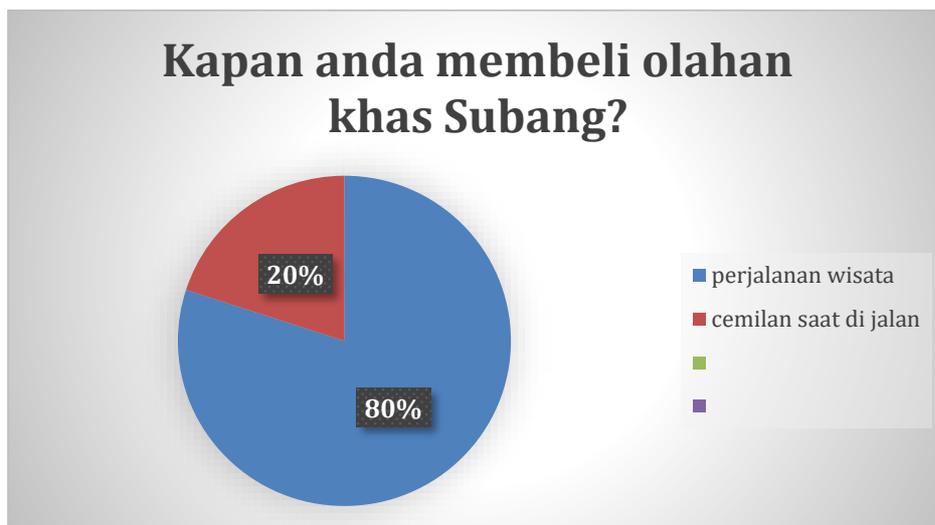
Berdasarkan hasil dari kuisisioner terhadap 20 orang responden kebanyakan menjawab 76% membelinya di toko oleh –oleh , 18% membelinya di pedagang kecil dan 6% membelinya di jasa titip dan akun belanja daring. Menjelaskan bahwa toko oleh-oleh lebih lengkap dan banyak pilihan.



Gambar II.10 Kuisisioner 5
 Sumber: Dokumentasi Pribadi
 (Diakses pada 26/10/2019)

- Kapan anda membeli produk olahan Nanas Khas Subang?
 1. Perjalanan pulang wisata
 2. Cemilan saat di jalan

Berdasarkan hasil dari kuisisioner terhadap 20 orang responden kebanyakan menjawab 80% perjalanan pulang wisata dan membawanya sebagai oleh-oleh dan 20% dibuat cemilan perjalanan. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah bahwa wisatawan Kabupaten Subang dan sekitarnya 80% membawa pulang produk olahan nanas sebagai oleh –oleh.



Gambar II.16 Kuisisioner 6
 Sumber: Dokumentasi Pribadi
 (Diakses pada 26/10/2019)

- Jika melihat kemasan ini apa anda minat untuk membeli?
 1. Ya
 2. Tidak



Berdasarkan hasil dari kuisisioner terhadap 20 orang responden kebanyakan menjawab 80% sebagian besar menjawab tidak dengan berbagai alasan salahsatunya adalah kemasan yang tidak menarik dan 20% membelinya untuk oleh-oleh.



- Bagaimana menurut anda agar produk olahan nanas lebih menarik untuk di beli oleh khalayak (wisatawan dan domestik) ?

Jenis untuk pertanyaan ini adalah bentuk esai yaitu untuk mengetahui saran dari konsumen mengenai kemasan alam sari, hasil yang didapatkan dari 20

responden berbagaimacam salah satunya adalah dengan membuat kemasan lebih menarik dan ciri khas dari produk tersebut ditingkatkan kembali.

II.4.9 Kesimpulan Kuesioner

Hasil yang didapatkan dari 20 responden terhadap 9 pertanyaan dengan hasil sebagai berikut :

1. Responden kebanyakan adalah wisatawan dari luar Kabupaten Subang.
2. Wisatawan sudah mengetahui tentang olahan nanas, kebanyakan dari responden mengetahui dari toko oleh-oleh dan olahan buah nanas ini di bawa pulang untuk buah tangan dari Kabupaten Subang.
3. Dari responden banyak memilih dodol dan wajit sebagai oleh-oleh yang dinilai ciri khas buah tangan dari Subang.
4. Responden tidak akan membeli kemasan keripik nanas sebagai oleh oleh dilihat dari jawaban responden, bahwa kemasan keripik nanas kurang menarik dan memberikan solusi untuk dibuat kemasan agar lebih menarik kembali.

II.5 Kesimpulan

Kabupaten subang merupakan kabupaten yang memiliki potensi dalam wisata alam dan kekayaan hasil bumi. Hal ini dikarenakan letak geografisnya yang dikitari dengan gunung merapi aktif dekat dengan gunung Tangkuban Perahu membuat tanaman disana dapat tumbuh subur. Olahan nanas menjadi andalan sebagian besar warga. Alam Sari adalah salah satu UMKM yang menjual oleh-oleh beragam olahan nanas khas dari Kabupaten Subang yang telah berdiri sejak tahun 1997 dan telah memiliki ijin usaha. Pemasaran dari produk Alam Sari ini melalui pendistribusian dari produsen ke pusat oleh-oleh dan pedagang kecil, pemasaran Alam Sari sama seperti UMKM lainnya yang berada di Daerah Subang. Dari hasil tabel menunjukan bahwa UMKM yang paling laku adalah Mekar Harum, dan produk yang laku dipasaran yaitu dodol dan wajit. Sebaliknya UMKM yang kurang laku di pasaran adalah Alam Sari dan produk yang kurang diminati adalah Keripik Nanas. Hasil analisis dari kemasan menunjukan bahwa kemasan Alam Sari sudah mempunyai kemasan yang baik dengan menggunakan

kemasan sekunder dan primer akan tetapi standar keamanan kemasan masih belum diperhatikan. Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa kebanyakan pembeli dari luar daerah sebagai wisatawan, dengan membeli olahan nanas sebagai oleh – oleh, untuk kemasan produk Alam Sari kebanyakan dari responden tidak mau membelinya dengan berbagai alasan.

II.6 Solusi Perancangan

Berdasarkan hasil Analisis yang telah dilakukan terhadap produk nanas Kabupaten Subang yang ada di toko Alam Sari didapatkan solusi perancangan kemasan visual dikarenakan desain kemasan dari produk nanas Alam Sari masih sangat jauh dari kata layak dan baik untuk suatu kemasan. Bisa dilihat dari kemasan tidak memperhatikan kadaluarsa di buat dengan tidak mementingkan unsur visual dan tidak berdasarkan estetika, serta nilai tambah dari suatu kemasan. Oleh karena itu dibutuhkan kemasan visual baru dari produk nanas yang di jual oleh Alam Sari agar mudah dikenal, memiliki nilai tambah sebagai daya tarik dan jaminan visual kemasan yang aman untuk konsumen.