

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki banyak produk makanan lokal dan camilan yang kaya dan beragam di setiap daerahnya, Dari sekian banyak makanan khas Indonesia salah satunya berasal dari daerah Pandeglang Provinsi Banten. Adapun makanan khas dari daerah Pandeglang Banten khususnya berada di daerah Kecamatan Menes yaitu emping. Emping adalah makanan tradisional yang menyerupai keripik dengan bahan dasar dari melinjo dan memiliki yang rasa gurih dan sedikit pahit. Biasanya emping digunakan sebagai pelengkap makanan, pada proses pembuatan emping juga mudah dan sederhana yaitu dengan mengsangrai biji melinjo kemudian biji melinjo yang sudah di sangrai di pukul sampai tipis dan di jemur sampai kering, dan biasanya emping dipasarkan dalam keadaan mentah Alqadrie. (2009). Salah satu produk emping yang ada di Kecamatan Menes Pandeglang yaitu Emping Rumping Ormen yang berdiri pada tahun 2018 sebagai salah satu industri rumahan yang memproduksi emping dan mempunyai rumah produksi sendiri di biyai oleh pihak YBM (Yayasan Baitul Mall) sebuah lembaga yang memberikan modal pengusaha yang memproduksi hasil bumi di daerah sendiri.

Produksi dari Emping Rumping Ormen di kerjakan oleh 4 karyawan yang direkrut lingkungan warga sekitar. Pada produksinya Rumping Ormen membeli bahan baku di sekitar daerah Menes yang sekarang cenderung tidak mudah di dapatkan, dikarenakan pembeli laur Provinsi banyak yang membeli bahan melinjo di daerah Menes. Secara pemasaran Emping Rumping Ormen memasarkan ke sejumlah rumah makan dan pusat oleh-oleh di kota Pandeglang, Serang dan Cilegon.

Pada temuan lain pada Rumping Ormen ini dari segi kemasan yang labelnya menggunakan stiker tempel dikarenakan mudah pudar pada stikernya jika terkena air hujan dan belum lengkap pada informasinya seperti komposisi bahan ataupun berpotensi dimanfaatkan oleh pihak lain untuk melakukan peniruan. Menurut

Syukrianti Mukhtar, Muchammad Nurif *Packaging* mempunyai peran untuk daya tarik kepada calon konsumen, *Packaging* juga mempertimbangkan media bahan yang cocok dari keamanan produknya. Kemasan atau *packaging* memancing perhatian calon konsumen sebagai media komunikasi dengan produsen. Konsumen akan melihat informasi yang tercantum dalam desain.

Dengan sesuai kondisi ini untuk melakukan rebranding label kemasan tidak memungkinkan dalam waktu dekat, pertimbangan dana yang sekarang memprioritaskan untuk membeli bahan baku, maka dari itu pengemasan Rumping Ormen sementara waktu memilih kemasan dengan biaya terjangkau. Kedepannya Rumping Ormen bisa memasarkan produknya secara nasional, maka dari itu produk Rumping Ormen akan melakukan rebranding tampilan serta label kemasan agar yang mampu menarik perhatian konsumen dan mempunyai citra positif yang mampu bersaing dengan produk brand lain dengan adanya perubahan kemasan.

I.2. Identifikasi Masalah

Dari pembahasan ini akan mengidentifikasi masalah, dan menemukan beberapa kendala yang di hadapai yaitu :

- Informasi label pada kemasan belum lengkap seperti komposisi dan informasi kemasan.
- Label kemasan berbentuk stiker tempel yang mudah pudar dan berpotensi pudar juga jika terkena air hujan.
- Masyarakat melihat label kemasan emping ormen tidak terlalu meyakinkan dan kurang mengikuti trend saat ini.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang di paparkan menjadi rumusan masalah, yaitu :

Bagaimana membuat label kemasan Emping Rumping Ormen agar memiliki citra lebih luas.

I.4. Batasan Masalah

Berdasarkan dari rumusan masalah diputuskan beberapa batasan masalah sebagai berikut :

- Batasan objek : Kerupuk emping dengan merek Rumping Ormen.
- Batasan subjek: seluruh konsumen dari emping ormen, khususnya kalangan dewasa.
- Batasan waktu dan tempat : Rumah produsen Rumping Ormen di Kampung Menes, RT.01/RW.04, Menes, Kabupaten Pandeglang Banten 42262.

I.5. Tujuan dan Manfaat

I.5.1. Tujuan Penelitian

Tujuan untuk memperkenalkan merek serta memperkuat identitas dengan cara membuat identitas label dari Rumping Ormen menjadi mudah dikenali dan mempunyai daya tarik yang baik di mata konsumen.

I.5.2. Manfaat Penelitian

- Manfaat praktis: Mudah di percaya dan pemasaran lebih mudah dengan identitas yang meyakinkan.
- Manfaat Akademis/Teoritis: Dengan merancang label kemasan ini maka bisa menjadi referensi dalam membuat perancangan lebeling kemasan produk emping maupun bisa menambah referensi label kemasan produk pangan lokal.