

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Kuliner dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia tahun 2023 memiliki arti sesuatu yang berhubungan dengan masak-memasak. Kuliner sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *culinarius* yang artinya memiliki keterkaitan dengan seni memasak, oleh karena itu kuliner dapat diartikan juga sebagai sesuatu yang berhubungan dengan makanan dan minuman, termasuk cara membuat, cara menyajikan dan cara menikmati makanan atau minuman tersebut. Indonesia sendiri memiliki keberagaman kuliner tradisional yang sangat banyak, seperti rendang, mie kocok Bandung hingga seblak. Ada pula minuman khas seperti cendol, bajigur dan bandrek. Kuliner juga dapat berupa kudapan yang dapat dibawa kemanapun dan kapanpun, dimulai dari kudapan tradisional hingga kudapan yang cukup modern ataupun gabungan dari keduanya, seperti kue nagasari, bolu gulung dan bronis.

Kudapan sendiri adalah makanan selain makanan berat atau menu utama yang biasa dihidangkan bersama dengan minuman baik dikonsumsi untuk sehari-hari atau dikonsumsi pada kesempatan yang khusus. Kudapan biasanya dikonsumsi dengan tujuan agar dapat menghilangkan lapar pada seseorang untuk sementara waktu, atau untuk dimakan dan dinikmati rasanya. Kudapan juga biasanya berukuran lebih kecil dari makanan utama. *Survey* berjudul *The State of Snacking 2020* dilakukan secara *online* pada tanggal 6 sampai 20 Oktober 2020. *Survey* tersebut melihat kebiasaan, wawasan dan juga tren seputar nyemil di 12 negara termasuk Indonesia dengan total lebih dari enam ribu responden. Masyarakat Indonesia rata-rata nyemil sebanyak 3 kali perhari, angka ini lebih banyak dibanding rata-rata global.

Berdasarkan data di atas, wajar saja bila masyarakat sekarang akan dengan senang hati memanfaatkan kesempatan ini untuk berbondong-bondong mendirikan usaha yang bergerak dibidang kuliner. Dalam perekonomian di Indonesia, UMKM dapat disebut kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Banyak masyarakat yang mendirikan Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM dengan menjual berbagai macam produk dari kudapan, yang tentunya harganya akan lebih terjangkau daripada produk yang sudah memiliki standar produksi yang besar.

Salah satu usaha yang dapat dikelola sendiri oleh UMKM adalah produk kudapan bronis.

Bronis adalah sebuah kudapan yang dibuat dengan cara dipanggang, dikukus atau dibakar. Bronis biasanya memiliki bentuk persegi atau persegi panjang. Bronis pertama kali populer di Amerika Serikat dan Kanada pada abad ke-20. Sejarah pertama bronis ada pada sekitar tahun 1893. Saat itu digelar sebuah acara pameran yang berjudul *Columbian Exposition*. Seorang koki dari Hotel Palmer House diminta untuk membuat kudapan berbetuk kecil agar mudah dimakan, yang akhirnya terciptalah bronis untuk pertama kalinya.

Menurut Murtadlo dalam bukunya yang berjudul '*Brownies & blondies variasi kukus & panggang kue coklat lezat*', resep dasar bronis diseluruh dunia sama, yaitu berupa tepung, mentega, gula, coklat yang dilelehkan, dan kacang madam yang dipotong tipis untuk dijadikan taburan di atasnya. Perbedaan dengan bronis yang ada pada zaman sekarang adalah taburan di atasnya dapat diberi taburan variatif seperti keju dan taburan-taburan lainnya, warna dan rasa dari brownies yang menjadi lebih variatif juga seperti matcha, keju, red velvet dan lainnya. Ada juga yang mengganti bahan dasar dari bronis menjadi bahan yang lain, seperti tepung yang digunakan diganti dengan parutan singkong atau tepung *mochaf*, yang membuat rasa dan tekstur dari bronis menjadi sedikit lebih berbeda dan memunculkan keunikan yang menjadi ciri khas, bronis tersebut dinamakan bronis singkong.

Salah satu UMKM yang menyajikan produk bronis singkong adalah Brownies Singkong Katineung yang didirikan pada tahun 2011 berada di daerah Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Berawal dari berjualan bronis biasa buatan orang lain, Nur Aisyah Hayati selaku pemilik dari Brownies Singkong Katineung terinspirasi untuk membuat bronis berbahan dasar singkong karena melihat anak dari temannya yang tidak dapat mengonsumsi olahan berbahan dasar tepung terigu, yang akhirnya dengan idenya Nur Aisyah Hayati membuat inovasi bronis dengan berbahan dasar singkong parut dan tepung *mochaf* (tepung singkong). Saat orang-

orang disekitarnya mencoba kudapan bronisnya, diantaranya berfikir bahwa kudapan ini bukan hanya cocok untuk kudapan biasa tetapi sebuah kudapan yang sangat lezat yang dapat dikonsumsi dan dinikmati oleh semua kalangan masyarakat yang memiliki ciri khas kearifan lokal di dalamnya, dari situlah Nur Aisyah Hayati memulai perjalanan bisnis Brownies Singkong Katineungnya.

Brownies Singkong Katineung menjadi kudapan kearifan lokal yang ada di kota Bandung. Disaat bronis lain terbuat dari bahan tepung terigu biasa, Brownies Singkong Katineung melakukan sebuah inovasi yaitu dengan mengganti bahan tepung terigu dengan parutan singkong. Singkong sendiri sudah menjadi makanan yang biasa dimakan oleh masyarakat Sunda jaman dulu. Terdapat juga sebuah kampung di Kota Cimahi yang bernama Kampung Adat Cirendeuy yang menjadikan singkong sebagai makanan pokok di daerahnya. Hal tersebut membuat produk Brownies Singkong Katineung sangat merepresentasikan kebudayaan orang-orang Sunda.

Brownies Singkong Katineung memiliki harga yang tidak jauh berbeda dengan bronis lainnya, yaitu sekitar empat puluh ribu keatas untuk satu bungkusnya. Bila dibandingkan dengan kualitas dari setiap bahan yang dipakai, harga tersebut sangat sesuai untuk sebuah bronis lokal yang mengutamakan kualitas produk dan memiliki nilai lokal didalamnya. Sarana pembelian yang disediakan pun sudah fleksibel. Pembeli dapat langsung membeli ke tokonya atau secara *online* melalui *market place* yang ada.

Sangat disayangkan, masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui tentang adanya produk ini. Angka penjualan dari produk Brownies Singkong Katineung pun tidak mengalami kenaikan yang signifikan, bahkan mengalami penurunan yang drastis saat terjadinya Covid-19. Oleh karena itu, diperlukan adanya media promosi agar produk Brownies Singkong Katineung dapat dikenal dan dapat menjadi produk berkearifan lokal yang dapat bersaing dengan produk sesama bronis lainnya.

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang masalah, dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- Kurangnya media promosi tentang Brownies Singkong Katineung.
- Masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui tentang adanya produk Brownies Singkong Katineung.
- Kurangnya daya tarik pada media promosi Brownies Singkong Katineung.
- Media promosi Brownies Singkong Katineung yang kurang inovatif.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari identifikasi masalah di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya sebagai berikut :

Bagaimana produk Brownies Singkong Katineung dapat menaikkan penjualan dan meningkatkan citra sebagai produk dengan kearifan lokal pada masyarakat melalui media yang menarik dan informatif sehingga masyarakat dapat mengetahui dan tertarik pada Brownies Singkong Katineung?

I.4. Batasan Masalah

Agar perancangan dapat lebih terfokus dan tidak melebar, maka perancangan dibatasi oleh ruang lingkup perancangan pada media promosi produk Brownies Singkong Katineung.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1. Tujuan Perancangan

Perancangan ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- Untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat pada produk Brownies Singkong Katineung.
- Agar Brownies Singkong Katineung dapat dikenal oleh masyarakat.
- Memperkenalkan Brownies Singkong Katineung sebagai kudapan kearifan lokal kepada masyarakat.
- Membangun citra produk sebagai produk dengan kearifan lokal.
- Meningkatkan angka penjualan pada produk Brownies Singkong Katineung.

I.5.2. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari perancangan ini adalah:

- Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi perancang lain mengenai media promosi dan pengaplikasiannya di dunia DKV.
- Sebagai sumber referensi dan masukan bagi peneliti lain mengenai perancangan media promosi.
- Agar masyarakat menjadi lebih mengetahui dan tertarik dengan produk Brownies Singkong Katineung sebagai kudapan yang memiliki kearifan lokal didalamnya.