

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pare merupakan jenis buah yang tidak banyak digemari oleh segala kalangan dari muda hingga yang tua, dikarenakan buah ini memiliki rasa yang sangat pahit sehingga banyak masyarakat tidak menyukainya. Buah pare ini biasanya dijadikan masakan rumah berbagai variasi seperti oseng tempe pare, tumis pare dan lain-lain, buah pare merupakan yang tumbuh diberbagai wilayah tropis dan subtropis di Indonesia. Selama ini pare selalu di olah menjadi sayuran atau obat tradisional dan bisa dijadikan pedampinng makanan ringan seperti di baso tahu dan lain-lain, namun dari banyak olahan buah pare tersebut pare bisa dijadikan makanan ringan jika dikonsumsi dengan baik.

Makanan ringan merupakan makanan yang dapat dikonsumsi pada waktu bersantai maupun disaat melakukan kegiatan, makanan ringan biasanya memiliki *Monosodium Ghamate* (MSG). Makanan ringan dapat didefinisikan sebagai makanan yang dikonsumsi dalam tiga waktu saat makan utama dalam sehari, mengonsumsi makanan ringan dapat mengakibatkan gemuk, karena sebagian masyarakat tidak mengetahui jenis makanan ringan yang baik bagi tubuh, maka dari masalah itu munculnya adanya usaha mikro kecil menengah (UMKM), keripik pare Kang Eme karena usaha ini memiliki produk berkualitas dan memakai buah pare yang memiliki kandungan gizi yang sangat banyak (Kompas 2009).

Keripik pare ini berdiri pada tahun 2017 yang terletak di JL. Kiaracandong Barat, RT. 05/ RW.07, Kec Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40274. Usaha ini memiliki cerita yang unik, awalnya ibu ini menjual gorengan dan buah, namun saat pandemi *Covid-19*, aktivitas membuat penjualan terganggu, sehingga modal pun mulai menipis, Ibu Sri ini memutar otak untuk bisa menjadi pendapatan sumber baru, ia mendapatkan saran dari kerabatnya untuk membuat usaha yang berbeda dan unik. Salah satunya membuat keripik pare, saat memulai usaha keripik pare ini tidak berjalan baik dan kacau, Ibu Sri pun membuat keripik pare ini masi terasa pahit dan tidak bisa krispi dan ternyata kerabat yang menyarankannya pun tidak mahir mengolah keripik pare tersebut.

Namun Ibu Sri tidak menyerah dan melakukan percobaan dengan ototidak memanfaatkan youtube ataupun mengikuti pelatihan. Membuat Keripik Pare agar menjadi tidak pahit dan krispi, setelah melewati itu, Ibu Sri pun berhasil membuat keripik pare tersebut menjadi enak dan krispi, kini Ibu Sri bisa menghasilkan omset 7 juta sampai 10 juta per bulan dan menghasilkan 450-500 produk keripik pare. Alasan Ibu Sri memilih usaha ini karena ingin mengenalkan bahwa produk keripik pare ini tidak pahit dan bisa dijadikan cemilan yang enak, harga produk yang dijual kepada masyarakat pun sangat terjangkau sehingga mereka yang ingin membelinya ramah dikantong dan usaha ini mengeluarkan produk terbarunya dengan kemasan kecil dengan harga Rp. 10. 000, setiap per-produknya dan memiliki varian rasa balado, pedas, keju dan *original*.

Usaha ini mempromosikan melalui media sosial instagram secara *online* dan mempromosikan melalui acara UMKM secara *offline*, keripik pare Kang Eme melakukan promosi secara *offline* dengan mengikuti *event bazaar* UMKM, tetapi usaha ini memiliki permasalahan terhadap strategi promosi yang digunakan, permasalahannya yaitu, *stand booth* yang digunakan tidak konsisten dan memiliki desain yang kurang menarik, maka dari itu strategi perancangan ini belum efektif dan belum konsisten sehingga belum tersampaikan terhadap ingatan *audiens*.

Urgensi pada rancangan usaha UMKM keripik pare Kang Eme ini yaitu kurangnya konsisten dalam mengembangkan promosi, sehingga produk ini belum dikenal oleh sebagian masyarakat, maka dari itu, penulis akan melakukan perancangan strategi promosi yang efektif agar UMKM Kang Eme ini lebih konsisten dalam strategi promosi tersebut, menurut Tjiptono (2001) strategi promosi berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuasif dengan pelanggan, untuk menentukan proporsi personal *selling*, iklan dan promosi penjualan. Perancangan ini dilakukan agar meningkatkan citra perusahaan dan memperkuat identitas usaha keripik pare Kang Eme tersebut.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dihadapi oleh usaha umkm produk keripik pare Kang Eme ini dapat di identifikasikan masalah tersebut yaitu:

- Keripik pare Kang Eme belum terlalu dikenal oleh masyarakat khususnya di kota Bandung.
- Kurang konsistennya dalam mengembangkan promosi melalui desain *booth event*.

## **I.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang ada, rumusan masalah ini adalah bagaimana melakukan strategi perancangan yang efektif untuk memperkenalkan produk keripik pare Kang Eme, agar lebih dikenal oleh masyarakat khususnya di kota Bandung.

## **I.4 Batasan masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, maka perancang akan menfokuskan batasan masalah agar lebih efisien, beberapa hal batasan yang akan dilakukan:

- **Batasan Objek**  
Perancangan akan dilakukan pada UMKM keripik pare Kang Eme yang dikelola oleh Kang Eme dan istrinya yang bernama ibu Sri, yang terletak di JL. Kiaracandong Barat, RT. 05/ RW.07, Kec Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40274. Peneliti akan merancang strategi yang efektif agar produk Kang Eme lebih dikenali oleh masyarakat luas khususnya kota Bandung.
- **Batasan Subjek**  
Batasan subjek dalam rancangan ini akan menfokuskan pada kalangan dewasa awal hingga dewasa akhir, dikarenakan rata-rata dari kalangan dewasa ini senang berkuliner makanan.
- **Batasan Tempat**  
Wilayah yang akan dibatasi dalam rancangan ini adalah kota Bandung, dikarenakan hal ini bertujuan untuk mengenalkan produk Kang Eme terhadap calon konsumen yang berada di wilayah tersebut

## **I.5. Tujuan Perancangan & Manfaat Perancangan**

### **I.5.1 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan masalah di atas, tujuan dari perancangan ini yaitu meningkatkan penjualan produk Kang Eme, dengan melakukan strategi yang efektif untuk menarik minat calon konsumen terhadap produk Kang Eme dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat bahwa produk keripik pare Kang Eme merupakan produk inovatif dan sehat, sehingga bisa dijadikan sebagai alternatif cemilan yang bergizi.

### **I.5.2 Manfaat Perancangan**

Manfaat dari perancangan ini yaitu sebagai berikut:

- Memberikan pengetahuan bagi yang ingin mengetahui bahwa buah pare bisa dijadikan sebagai alternatif cemilan sehat karena memiliki kandungan gizi di dalamnya seperti vitamin c, vitamin a dan vitamin z bagi kesehatan tubuh.
- Memberikan kesadaran bagi masyarakat bahwa buah pare bisa dijadikan sebagai cemilan enak.
- Diharapkan dalam perancangan ini bisa meningkatkan citra/produk UMKM keripik pare Kang Eme.
- Mengenalkan produk keripik pare Kang Eme terhadap masyarakat luas agar lebih dikenal khususnya di kota Bandung..