

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sering kali berdiri secara independen oleh individu atau badan usaha. Sebagian besar merupakan kegiatan rumah tangga yang menciptakan lapangan pekerjaan, terutama di tengah persaingan sektor formal. Salah satu jenis UMKM yang paling umum adalah bisnis kuliner, yang mengandalkan inovasi dalam makanan dan modal yang terjangkau. Dengan kebutuhan makanan yang konstan setiap hari, bisnis ini menjanjikan untuk masa depan.

UMKM yang bergerak disektor kuliner khususnya makanan ringan tentu memerlukan kemasan. Karena kemasan termasuk ke dalam salah satu atribut produk. Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan menjadi faktor utama dalam keputusan membeli (Persada 2014). Selain kemasan yang menjadi bagian atribut produk diantaranya adalah merek, jaminan (garansi), pelayanan dan sebagainya. Atribut produk ini berfungsi sebagai identitas produk (citra), alat promosi produk (pemberi daya tarik konsumen), dan informasi produk (label kemasan).

Ada banyak sekali produk UMKM di bidang makanan yang telah berdiri di Indonesia, salah satu UMKM tersebut adalah Cemilan Istimewa Satriojoyo. Cemilan Istimewa Satriojoyo merupakan sebuah UMKM yang berada di Jl. Mirabilis II Ujung No. 50, Kec. Bandung Kulon, Kota Bandung. Cemilan Istimewa Satriojoyo memproduksi makanan ringan berupa rempeyek dan sistik.

Cemilan Istimewa Satriojoyo pada produknya memiliki dua jenis varian rasa rempeyek dan empat jenis varian rasa sistik. Dua varian rasa rempeyek tersebut adalah rempeyek kacang, dan rempeyek teri. Sedangkan sistik ada empat varian rasa yaitu sistik keju, sistik bawang, sistik sayur, dan sistik buah-buahan. Adanya jenis varian rasa peyek dan sistik pada produk dengan pelabelan kemasan yang sama membuat konsumen kebingungan dan merasa tidak ada jaminan keamanan,

selain itu para konsumen memberi saran agar kemasan tersebut dapat melengkapi informasi produk dan memiliki desain.

Pada hal ini Cemilan Istimewa Satriojoyo kurang memperhatikan kemasan sebagai jaminan untuk para konsumen, dapat dilihat pada kemasan produk Cemilan Istimewa Satriojoyo ialah kurangnya informasi pada label kemasan seperti yang terlihat pada Gambar I.1. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) telah mengatur beberapa elemen penting yang harus ada dalam label sebuah kemasan pangan atau produk, beberapa aspek tersebut adalah nama produk, berat bersih, bahan yang digunakan, nama dan alamat produksi, kode dan tanggal produksi, halal bagi yang dipersyaratkan, keterangan masa berlaku, nomor izin edar, dan asal usul bahan pangan tertentu (Megananda 2022).



Gambar I.1. Kemasan Cemilan Istimewa Satriojoyo  
Sumber: Dokumentasi Perancang (2023)

Cemilan Istimewa Satriojoyo kurang memperhatikan fungsi lain kemasan sebagai atribut produk dalam memberikan jaminan dan menyampaikan informasi kepada konsumen. Informasi pada kemasan sama pentingnya karena konsumen akan mengambil keputusan pembelian lebih hati-hati dan memberikan kepercayaan lebih terhadap kemasan produk yang memiliki informasi di dalamnya. Oleh karena itu diperlukan pembaruan identitas visual pada salah satu media, khususnya pada kemasan. Kemasan dapat membantu dalam membentuk suatu identitas yang kuat dibenak konsumen dengan memberikan informasi sehingga produk dapat dihadirkan lebih maksimal.

## **I.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang dapat ditemukan antara lain sebagai berikut:

- Cemilan Istimewa Satriojoyo kurang memperhatikan dalam pelabelan kemasan.
- Kemasan Cemilan Istimewa Satriojoyo kurang memberikan jaminan untuk konsumen karena tidak memiliki pelabelan kemasan yang tidak lengkap.

## **I.3. Rumusan Masalah**

Dari uraian identifikasi masalah yang ada, selanjutnya dirumuskan suatu masalah yang dijadikan bahan untuk kejelasan dalam perancangan ialah:

Bagaimana membuat strategi identitas visual kemasan Cemilan Istimewa Satriojoyo dalam memanfaatkan fungsi kemasan sebagai atribut produk dengan menambahkan informasi pada label kemasan yang menjadi salah satu dampak citra produk?

## **I.4. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam perancangan ini berfokus pada visual yang ada dalam kemasan produk peyek dan sistik Cemilan Istimewa Satriojoyo yang berada di Jl. Mirabilis II Ujung No. 50, Desa/Kelurahan Gempol Sari, Kec. Bandung Kulon, Kota Bandung, Jawa Barat. Waktu perancangan ini dilakukan selama dari bulan Maret 2024 sampai bulan Agustus 2024.

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

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

Tujuan perancangan ini nantinya akan memberikan manfaat bagi setiap perancangan yang dibuat. Berikut tujuan yang terdapat pada perancangan ialah:

- Menampilkan identitas visual yang kuat dari Cemilan Istimewa Satriojoyo.
- Memfungsikan kemasan Cemilan Istimewa Satriojoyo sebagai atribut produk (Identitas visual, promosi produk, dan informasi produk).

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

Tujuan dari perancangan adalah memiliki manfaat untuk perancangan lain, keilmuan, dan masyarakat. Berikut merupakan manfaat dari perancangan ini ialah:

- Perancangan ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat bagi perancangan serta pemecahan masalah pada identitas visual kemasan Cemilan Istimewa Satriojoyo.
- Menambah wawasan dan referensi mengenai identitas visual pada suatu produk cemilan seperti peyek dan sistik bahwa kemasan merupakan salah satu aspek penting untuk konsumen.
- Memberikan panduan kepada masyarakat dan pelaku usaha, bahwa kemasan juga berpengaruh terhadap persepsi konsumen.