

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Industri merupakan suatu kegiatan sektor ekonomi produktif untuk mengolah suatu barang jadi, ataupun barang setengah jadi. Industri memiliki klarifikasi yang terdapat dari golongannya itu sendiri (Pasabiru, 2010, h.474). Indonesia memiliki beberapa golongan industri, golongan pertama kelompok komoditas, golongan kedua skala usaha, dan golongan ketiga hubungan arus produknya. Berdasarkan arus produknya, dibagi beberapa jenis berupa industri hulu serta industri hilir. Industri hulu merupakan industri meliputi kimia dasar, kemudian mesin, setelah itu logam dasar dan elektronika. Sedangkan, industri hilir merupakan industri yang pengolahan serta pendekatannya berdasarkan besar atau kecilnya suatu usaha pada lembaga yang memiliki kriteria berbeda. Industri hilir dibagi menjadi beberapa skala berdasarkan jumlah tenaga dari unit usaha yaitu, industri besar, kemudian industri kecil, serta industri kerajinan rumah tangga atau *home industry* (industri rumahan) (Pasabiru, 2010, h.474).

Industri rumahan merupakan perusahaan kecil yang melakukan pemanfaatan dari sumber daya atau disebut dengan industri pemanfaatan sumber daya (Susana, 2012, H.25). Industri pemanfaatan melalui suatu sumber daya yang ada di antaranya pertama yaitu melalui industri perdagangan, kedua yaitu merupakan industri yang berhubungan dengan restoran, kemudian industri yang berhubungan dengan pertanian, perikanan, yang dilanjutkan dengan perkebunan serta peternakan. Industri peternakan di Indonesia sangat beragam salah satunya Jawa Barat.

Pangalengan merupakan suatu daerah yang berada di Jawa Barat yang termasuk ke dalam daerah komoditas peternakan yaitu sapi perah yang merupakan penghasil susu (Arief, Khaerani, Islami, 2017, h.836). Berdasarkan penjelasan dalam BPOM no. 21 (2016, h.9), susu adalah cairan yang dihasilkan ambing hewan ternak salah satunya sapi. Susu bisa diolah menjadi berbagai macam makanan. Makanan itu terdiri dari makanan pokok dan camilan. Camilan merupakan, makanan kudapan yang terdiri dari camilan basah dan camilan kering salah satunya berupa permen. Alikonis dalam Wahyuningsih (2004) menjelaskan bahwa permen adalah makanan

yang berbentuk camilan yang disukai. Permen memiliki jenis yang berbeda-beda tergantung pada proses pembuatan serta komposisi yang ada dalam permen (h.6). Permen terdiri dari beberapa jenis salah satunya, karamel. Karamel yang diolah dengan bahan utama menggunakan susu disebut dengan karamel susu. Sampai saat ini banyak permen susu karamel yang dipasarkan bahkan menjadi makanan khas di suatu daerah termasuk di Pangalengan. Karena itu, hingga saat ini banyak produk permen susu karamel di Pangalengan. Salah satunya, Permen susu karamel Baranahan.

Permen susu karamel Baranahan merupakan permen karamel yang diproduksi di Barokah Home Industri. Barokah Home Industri pada awalnya tidak memproduksi langsung, tetapi saat ini dalam satu bulan Barokah Home Industri mampu memproduksi permen susu karamel hingga 2000 kilogram. Barokah Home Industri telah mengembangkan saluran distribusi melalui Farm House Lembang, KPBSU, minimarket Superindo yang berada di Bandung Utara dan Bandung Selatan, toko oleh-oleh di daerah Ciwidey dan Pangalengan dan luar pulau Jawa yaitu Riau. Permen susu karamel Baranahan selalu diikuti sertakan dalam West Java Festival yang diadakan oleh Dinas Ketahanan Pangan dan Peternakan Provinsi Jawa Barat. Agar menjaga citra produk, strategi yang dilakukan yaitu dengan menjaga kualitas serta kepercayaan dari pembuatan serta bahannya itu sendiri. Menawarkan produk yang terjamin pada ke higienisannya serta berkualitas tinggi dengan rasa yang tidak kalah dibandingkan yang lainnya.

Banyaknya kompetitor permen susu karamel di Pangalengan yang memiliki keunggulannya masing-masing. Membuat konsumen dapat memilih permen mana yang akan dibeli. Permen susu karamel Baranahan merupakan usaha yang dari awal memang kurang memperhatikan strategi identitas visual. Selama ini, terdapat beberapa produk permen susu karamel di Pangalengan memiliki tampilan produk yang hampir sama, membuat konsumen kebingungan dan mengira bahwa permen susu karamel Baranahan satu merek dengan produk lain.



Gambar I.1 Tampilan visual permen susu karamel Baranahan
Sumber: Pribadi



Gambar I.2 Tampilan visual permen susu karamel lainnya
Sumber: <https://Bernas.id//fgd.png>
(Diakses pada 01/04/2020)



Gambar I.3 Tampilan visual permen susu karamel Pangalengan
Sumber: https://Bernas.id.id//SPM_A05721.jpg
(Diakses pada 01/04/2020)

Merubah tampilan pada produk harus dilakukan yaitu agar merebut minat yang ada pada konsumen ketika pembelian suatu barang. Pada saat memproduksi produk yang sejenis lebih baik produsen memberikan citra yang baik pada tampilan produk miliknya agar menciptakan suatu kemasan berbeda dari produk yang sejenisnya (Kotler, 20013, h.122). Selain itu, hambatan pada saat proses distribusi yaitu produk yang dikembalikan karena kemasan yang semakin lama memudar warnanya.

Produk yang ditawarkan kepada pasar harus membuat menarik suatu perhatian serta berisi penggunaan dan konsumsi yang memuaskan (Kotler dan Amstrong, 2006, h.226). Apabila hal itu terus dibiarkan maka akan membuat persaingan yang ketat.

Jika, tidak ada perubahan maka akan berdampak pada tersamarnya produk sehingga produk menjadi kalah. Oleh karena itu, diperlukan penyampaian identitas visual melalui salah satu media yang membentuk suatu *image* yang kuat dibenak konsumen bersama dengan kesadaran pada merek produk dan kelebihan permen susu karamel Baranahan dapat dimunculkan secara optimal.

I.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah didapatkan berdasarkan pada latar belakang sebelumnya yang dapat dipahami yang menjadikan adanya identifikasi masalah. Kemudian, dapat disimpulkan dalam beberapa identifikasi yang akan dijadikan untuk suatu bahan perancangan, yaitu:

- Permen susu karamel Baranahan merupakan produk yang selalu menjaga citra produknya. Namun, kurang memperhatikan strategi identitas visual.
- Permen susu karamel Baranahan telah mengembangkan saluran distribusi. Namun, selalu ada hambatan pada saat proses distribusi yaitu produk yang dikembalikan karena visual yang ada pada kemasan selalu pudar.
- Permen susu karamel Baranahan selalu menjaga citra dan kualitas produknya. Namun, tampilan pada produknya terlihat hampir sama dengan produk lainnya, sehingga sulit dibedakan antara permen susu karamel Baranahan dengan produk lainnya. Hal itu, akan berdampak pada tersamarnya produk.

I.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah didapatkan melalui suatu rumusan dari identifikasi masalah yang sudah ada, selanjutnya dirumuskan suatu masalah yang dijadikan untuk bahan kejelasan dari perancangan ialah:

Bagaimana membuat strategi identitas visual bagi permen susu karamel Baranahan Pangalengan yang dapat membentuk suatu *image* yang kuat dibenak konsumennya bersama dengan kesadaran pada merek produk serta memiliki ciri khas dan kelebihan?

I.4. Batasan Masalah

Rumusan masalah yang sudah didapatkan kemudian dibuatlah suatu batasan masalah. Batasan masalah memiliki fungsi agar perancangan ini lebih mudah dan terarah serta dijadikan fokus untuk diangkat pada perancangan, ialah berfokus pada identitas visual kemasan produk permen susu karamel Baranahan yang berada di Barokah Home Industri Pangalengan ukuran 200 gram, 250 gram, dan 500 gram dengan rasa original. Penelitian dan perancangan ini dilaksanakan pada bulan September 2019 sampai dengan Agustus 2020.

1.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.5.1. Tujuan Perancangan

Perancangan selalu memiliki suatu tujuan yang nantinya akan memberikan manfaat bagi perancangan yang akan dibuat. Berikut merupakan tujuan yang terdapat pada perancangan ini:

- Menampilkan *image* yang kuat serta ciri khas yaitu terjamin ke higienisannya serta berkualitas tinggi dengan rasa yang tidak kalah dibandingkan yang lainnya. Hal itu, harus dilakukan permen susu karamel Baranahan agar tidak tersamarkan oleh produk lainnya.
- Memberikan perbedaan tampilan produk permen susu karamel Baranahan dari permen susu karamel lainnya yang berasal dari Pangalengan.

1.5.2. Manfaat Perancangan

Tujuan perancangan dibuat agar perancangan ini dapat memiliki suatu hal yang nantinya akan memiliki manfaat untuk perancangan, keilmuan, dan masyarakat. Berikut merupakan yang ada dalam perancangan ini diantaranya:

- Perancangan ini diharapkan memberikan suatu manfaat bagi perancangan serta pemecahan masalah pada identitas visual permen susu karamel Baranahan.
- Menambah wawasan dan referensi mengenai identitas visual pada suatu produk permen atau permen susu karamel Baranahan bahwa tampilan pada

produk atau kemasan merupakan aspek yang tidak kalah penting untuk membentuk citra yang kuat dibenak konsumen.

- Memberikan panduan kepada masyarakat, bahwa suatu produk bisa tersamar dan tidak menonjol dikarenakan tidak adanya identitas visual pada produk tersebut.