BAB 1

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Hampir semua wilayah di Indonesia mempunyai hasil pertanian yang berlimpah, terutama pisang. Salah satu jenis olahan pisang yang banyak digemari masyarakat adalah keripik pisang. Apalagi hampir semua jenis pisang bisa digunakan sebagai bahan baku pembuatan keripik, walaupun kebanyakan pisang kepok yang umum dipergunakan untuk membuat keripik pisang.

Usaha kecil sektor agroindustri yang memiliki prospek sangat potensial untuk dikembangkan di Propinsi Lampung adalah usaha pembuatan kripik pisang. Salah satunya adalah usaha kecil Keripik Pisang Ibu Mery yang ikut bersaing dalam pengembangan agroindustri ini. Usaha kecil pada sektor industri pengolahan sebagian besar merupakan industri rumah tangga. Hingga saat ini usaha-usaha kecil pengolahan kripik pisang di kota lampung kian banyak.

Menyusuri sepanjang Jalan Pagar Alam Segalamider Tanjung Karang Barat Bandar Lampung, tepatnya di kawasan sentra industri keripik, kita akan menemukan banyak toko yang menyajikan oleh-oleh khas Lampung seperti keripik dengan berbagai macam jenis dan berbagai macam aneka rasa.

Istana Keripik Pisang Mery merupakan salah satu toko keripik pisang yang cukup terkenal diantara toko keripik yang ada di lokasi tersebut, ia sanggup menyajikan keripik pisang dengan sebelas macam rasa yang berbeda yaitu rasa Cokelat, Keju, *Original*, Mocca, Strawberry, Melon, Jagung Bakar, Jagung Pedas, Asin, Susu, dan *Barbeque*. Pilihan aneka rasa yang bermacam - macam ini yang membuat pengunjung kerap menjadikan penganan ini sebagai oleh – oleh khas Lampung.

Keunggulan Keripik Pisang Mery ini adalah penggunaan bahan baku pilihan yang menjadikan kualitas Keripik Pisang Mery berbeda dari keripik – keripik pisang lainnya, pisang kepok kuning dipakai sebagai bahan dasar pembuatan keripik, Pemilihan jenis pisang ini dikarenakan sifat dari pisang tersebut cocok untuk digunakan sebagai bahan baku pembuatan keripik pisang. Warna daging buah yang berwarna kuning tersebut menyebabkan hasil keripik

pisang yang diperoleh setelah proses penggorengan menjadi bagus, selain memiliki sebelas varian rasa, hal yang paling diutamakan adalah kebersihan dan kelayakan untuk dikonsumsi dari produk yang dihasilkan. Dimana keripik pisang yang dihasilkan tidak menggunakan bahan-bahan yang berbahaya bagi kesehatan, seperti bahan pengawet dan pewarna. Hal tersebut tentu dapat dijadikan salah satu nilai tambah dari produk ini agar Keripik Pisang Ibu Mery mampu bersaing dengan produk lain.

Manfaat yang terkandung dalam keripik pisang pun sangat banyak selain kaya vitamin, energi, mineral, ternyata keripik pisang juga baik untuk penderita diabetes. Keripik pisang mempunyai nilai gizi cukup tinggi, terutama nilai energi. Dari 100 gr keripik pisang diperoleh energi sebesar 519 kkal. Nilai energi tersebut jauh lebih tinggi dibandingkan dengan daging ternak, yang berkisar 120-430 kkal per 100 gr. Kkal atau *kilokalori* adalah jumlah energi yang diperlukan untuk menaikkan suhu 1 derajat celcius dari 1 kilogram air. Menurut National Data Lab (NDL).

Menurut *The George Mateljan Foundation*, buah pisang belum matang yang biasanya digunakan untuk membuat keripik, mempunyai nilai indeks glikemik rendah. Hal itu disebabkan gula pisang merupakan gula buah, yaitu terdiri dari fruktosa yang mempunyai indeks glikemik lebih rendah daripada glukosa. Pisang lebih lambat dimetabolisme, sehingga cukup baik sebagai penyimpan energi. Karena itu, keripik pisang baik untuk penderita diabetes.

Kemampuan Sinta sebagi pemilik usaha tersebut dalam bisnis tergolong luar biasa, usaha keripik pisang yang dibangunnya sejak tahun 2002 lalu kini sudah menghasilkan keuntungan ratusan juta rupiah per tahun. Mimpi mahasiswi Universitas Lampung itu untuk mengangkat taraf hidup keluarganya mulai terwujud. Langkah pertamanya adalah mencantumkan nama Ibunya Mery sebagai merek dagang. Sinta seperti ingin memberitahukan kepada khalayak bahwa setiap manusia berhak untuk maju dan bisa hidup sejahtera. Jalannya makin terbuka karena rumah orangtuanya berada di lokasi strategis, persisnya di Jalan Pagar Alam Segalamider Bandar Lampung sebagai kawasan sentra industri keripik. Penjualannya bisa bertambah banyak ketika memasuki musim libur sekolah. Namun dari keunggulan tersebut masih memiliki kekurangan di beberapa faktor.

Yang pertama produk yang dipasarkan hanya di daerah asal pembuatan saja dan belum memperluas jangkauan pemasarannya, usaha-usaha kecil pengolahan kripik pisang di kota lampung kian banyak sehingga membuat Keripik Pisang Ibu Mery dihadapkan pada persaingan harga yang lebih ketat dan semakin menurunnya penjualan. Keberadaannya kurang di ketahui oleh masyarakat luas khusunya masyarakat di luar daerah Lampung, hanya sebagian konsumen setianya yang mengetahui keberadaan Keripik Pisang Ibu Mery, dan tidak adanya komunikasi pemasaran atau kegiatan promosi dari penjual untuk mengeksistensikan diri dalam memperluas pangsa pasar. Untuk dapat merebut perhatian konsumen, tentunya diperlukan suatu perancangan komunikasi visual yang meliputi konsep kreatif hingga perancangan media promosi yang tepat sasaran untuk mendukung pencapaian target sesuai dengan yang diharapkan.

I.2. Identifikasi Masalah

Dari uraian yang telah dikemukakan di atas dapat diidentifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

a) Keripik Pisang Ibu Mery memiliki keinginan untuk dapat memperluas jangkauan konsumennya. Tetapi, belum bisa dicapai jika tidak melakukan promosi karena pemiliknya menganggap produk ini telah memiliki konsumen yang setia, sementara persaingan semakin ketat dalam mengikuti perkembangan jaman.
b) Usaha-usaha kecil pengolahan kripik pisang di kota lampung kian banyak sehingga membuat Keripik Pisang Ibu Mery dihadapkan pada persaingan harga yang lebih ketat dan semakin menurunnya penjualan.
c) Keberadaannya kurang di ketahui oleh masyarakat luas khusunya masyarakat di luar daerah Lampung karena produk yang dipasarkan hanya di daerah asal pembuatan saja.

I.3. Fokus Masalah

Penurunan penjualan terjadi karena perusahaan belum melakukan tindakan promosi serta belum menerapkan keunggulan yang dimiliki produknya dalam bentuk visual dan verbal sebagai strategi untuk melakukan kegiatan berpromosi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

I.4. Tujuan Perancangan

a) Menciptakan komunikasi yang memiliki daya tarik dengan maksud agar konsumen dapat memusatkan perhatiannya pada Keripik Pisang Ibu Mery dan tidak memilih produk lain.
b) Memberikan informasi kepada target market tentang keunggulan – keunggulan Keripik Pisang Ibu Mery dengan jangkauan yang lebih luas.
c) Menjadi media bagi Keripik Pisang Ibu Mery untuk meningkatkan penjualan dan mengikuti persaingan agar tetap bertahan dan dapat mengikuti perkembangan jaman.