BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang kaya akan ragam budaya. Kekayaan ini menjadi potensi yang besar serta menjadi kebanggaan bagi bangsa Indonesia. Dapat dilihat dari beragamnya hasil-hasil kebudayaan. Namun, ada satu yang hampir terlupakan yaitu mengenai makanan khas daerah. Makanan khas daerah di setiap wilayah Indonesia memiliki ciri khasnya masing-masing.

Seperti yang terjadi pada Dodol Nanas Mekar Sari Erviani, makanan khas Subang ini mulai mengalami penurunan. Seiring perkembangan jaman popularitas dodol nanas saat ini mulai terpinggirkan dengan banyaknya makanan siap saji. Walau perdagangan dodol nanas masih bertahan namun pemasarannya cenderung menurun setiap tahunnya. Selain itu produk yang dipasarkan hanya di daerah asal pembuatan saja sehingga penyebabkan proses pemasaran tidak meluas.

Hal tersebut yang mendasari Dodol Nanas Mekar Sari Erviani tidak perlu melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan produknya. Adanya pertumbuhan dan perkembangan di era perdagangan global menyebabkan persaingan antar perusahaan terus terjadi. Diakui atau tidak, kini banyak pesaing yang bermunculan dan lebih kompetitif. Fenomena ini menjadi ancaman bagi kelangsungan penjualan produk Dodol Nanas Mekar Sari Erviani. Akibatnya, perhatian konsumen terhadap keberadaan Dodol Nanas Mekar Sari Erviani menurut ibu cucu semakin lama semakin menurun dan penjualannya juga mengalami penurunan.

Sebagai sebuah perusahaan baik industri besar maupun industri kecil tentunya memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan yang besar. Walaupun telah berusia cukup lama, Perusahaan Dodol Nanas Mekar Sari Erviani tidak dapat hanya bergantung pada kepercayaan konsumen loyal saja. Mengingat kondisi pasar, selera konsumen dan persaingan terus mengalami perubahan dari tahun ke tahun.

Jalan Cagak Desa Tambak Mekar, Kecamatan Subang merupakan salah satu daerah penghasil dodol nanas. Masyarakat di kampung ini sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani tetapi banyak juga yang bekerja sebagai pembuat dodol nanas. Pembuatan dodol nanas merupakan industri rumahan di Ibu Cucu yang telah ada sejak tahun 1962 yang lalu. Ibu Cucu sudah terkenal sebagai penghasil dodol nenas namun keberadaannya kurang di ketahui masyarakat luas khususnya masyarakat di daerah kota.

Keberadaan Dodol Nanas Mekar Sari Erviani yang saat ini mengalami penurunan bukan hanya karena banyaknya makanan yang banyak di jual tetapi kurangya promosi yang dilakukan penjual mempengaruhi keadaan ini, selain kemasan yang masih sangat sederhana sehingga kurang memiliki daya tarik bagi konsumen. Sebagian besar para pembuat dodol nanas pun juga tidak memperhatikan merek dodol nanas yang mereka jual seperti halnya , ketika mereka menjual produk mereka kepasaran hanya berbentuk dodol nanas. Sebagai makanan, dodol nanas juga mempunyai nutrisi yang terkandung didalamya karena bahan dasar yang mengandung ternyata berbagai penelitian ilmiah dari perguruan tinggi seperti ITB dan UGM menyatakan bahwa Nanas Subang diketahui mempunyai ciri khas unggul mulai dari serat buah nanasnya yang tinggi dan rasa manisnya terkombinasi pas dengan rasa asamnya (Gondosari, 2010).

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas maka dapat diidentifikasikan permasalahan sebagai berikut :

- Dodol Nanas Mekar Sari Erviani memiliki keinginan untuk dapat memperluas jangkauan konsumennya.
- Dodol Nanas Mekar Sari Erviani tidak melakukan promosi karena pemiliknya menganggap produk ini telah memiliki konsumen yang setia. Sementara persaingan semakin ketat dalam mengikuti perkembangan jaman.

- Sistem pengemasan yang masih sangat sederhana dan hampir sama dengan kemasan yang lain sehingga kurang mempunyai daya tarik bagi konsumen.

1.3. Fokus Masalah

Perusahaan belum menerapkan keunggulan yang dimiliki produknya sebagai strategi melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan penjualan, karena masalah utama yang dihadapi adalah mengenai penurunan penjualan

1.4. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

a) Menciptakan komunikasi yang memiliki daya tarik dengan maksud agar konsumen dapat memusatkan perhatiannya pada Dodol Nanas Mekar Sari Erviani dan tidak memilih produk lain.

b) Menjadi media bagi Perusahaan Dodol Nanas Mekar Sari Erviani untuk meningkatkan penjualan dan mengikuti persaingan agar tetap bertahan dan dapat mengikuti perkembangan jaman.

c) Memberikan informasi kepada target market tentang keunggulan – keunggulan Dodol Nanas Mekar Sari Erviani dengan jangkauan yang lebih luas.