BAB I
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Sumber daya alam di Indonesia adalah segala potensi alam yang dapat dikembangkan untuk proses produksi. Sumber daya alam ialah semua kekayaan alam baik berupa benda mati maupun benda hidup yang berada di bumi dan dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Jumlah dan kualitas sumber daya alam sangat banyak dan tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Salah satu hasil kekayaan alam Indonesia adalah rempah-rempah. Bumbu rempah-rempah ini merupakan sumber kekayaan yang harus tetap kita jaga dan kita manfaatkan, Bumbu rempah-rempah yang khas di Indonesia diantaranya, kunyit, jahe, lengkuas, ketumbar, kemiri, lada, cabe, cengek, pala, kayu manis, dll. Seiring dengan majunya perkembangan pengolahan pangan, maka banyak sekali hasil produk dari olahan rempah-rempah dan bumbu dikemas untuk dapat dikonsumsi secara instan.

Bumami adalah salah satu perusahaan industri rumahan yang mengolah rempah-rempah menjadi bumbu masakan yang dapat dikonsumsi secara instan. Produksi Bumami ini sudah berjalan puluhan tahun dan dikelola oleh Rukmana kono kidin. Tempat produksi Bumami ini berada di jalan Mukodar raya no 6A Cimahi Selatan, awalnya produk Bumami hanya memproduksi satu bumbu masakan yaitu merica bubuk, tetapi seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan produk Bumami ini mencoba memproduksi bumbu-bumbu masakan yang lainnya seperti cabe, cengek, kemiri, ketumbar, lada atau merica, pala, asem dan ebi. Dari semua rempah-rempah yang diolah menjadi bumbu masak belum semua produk yang di kemas menggunakan identitas visual kemasan Bumami, hanya merica bubuk atau super lada juga tepung rawit dan cabe bubuk saja karena super lada dan tepung rawit dan cabe bubuk adalah salah satu produk unggulan dari produksi Bumami. Produk-produk lainya seperti kemiri, ketumbar, pala, asem, ebi dan merica biji belum menggunakan

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

identitas visual kemasan Bumami, karena produk tersebut masih menggunakan merek lama seperti abc, tiga roda dan pohon palem.

Produksi Bumami ini sudah cukup luas akses pemasarannya untuk kalangan menengah kebawah seperti, pasar-pasar tradisional, toko-toko sembako dan warung-warung kecil yang berada di daerah Bandung dan sekitarnya. Produksi Bumami ini selalu mengembangkan usahanya agar pemasarannya dapat di terima oleh kalangan menengah keatas dan kalangan menengah kebawah. jika dilihat untuk jenjang kedepannya, penjualan bumbu-bumbu masakan ini sangat bagus karena bumbu tersebut merupakan bumbu dasar yang harus selalu ada di dapur. Dengan mengemas produk tersebut maka akan menambah minat yang menggunakan bumbu tersebut sehingga dapat menambah hasil penjualan. Perusahaan dapat menarik minat pembeli jika semua produk dikemas dengan baik dan memberikan informasi yang cukup bagi calon pembeli, tujuannya agar produk dapat diterima oleh kalangan menengah keatas dan memperluas wilayah penjualannya seperti swalayan dan supermarket. Adapun produk yang rencanya akan dijual di swalayan dan supermarket seperti asem, ebi, kemiri, ketumbar, pala, dan merica biji.

Saat ini fungsi kemasan tidak hanya sebagai wadah untuk produk, tetapi sudah bergeser menjadi alat pemasaran. Pasar swalayan dan supermarket juga sudah berkembang dengan pesat, sehingga rancangan pada kemasan produk juga semakin berkembang, hal ini disebabkan karena pada pasar swalayan kemasan dapat berfungsi sebagai *wiraniaga diam* yang dapat menjual suatu produk, dan perbedaan dalam bentuk dan visual kemasan berpengaruh besar terhadap penjualan. Bentuk dan penampilan kemasan sangat mempengaruhi keberhasilan penjualan produk di pasar swalayan karena kemasan harus menarik perhatian di antara produk produk yang lain. Rancangan kemasan pada suatu produk harus memiliki ciri khas dan karakteristik dan setiap produk Bumami harus saling memiliki keterkaitan antara produk yang satu dengan produk lainnya agar konsumen langsung mengetahui bahwa produk berasal dari perusahaan Bumami hanya dengan melihat kemasannya saja.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Dengan permasalahan yang ada, perlu adanya perancangan identitas produk pada kemasan, tanpa menghilangkan keseluruhan dari image pabrik Bumami yang sudah ada pada benak masyarakat.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah, maka yang akan menjadi pembahasan dalam identifikasi masalah adalah :

- Tidak semua produk di sertakan merek perusahaan sehingga tidak ada informasi yang jelas tentang perusahaan tersebut
- Identitas perusahaan tidak konsisten pada beberapa kemasan
- Cara pengemasan yang masih sederhana dari beberapa produk Bumami
- Ada rencana penjualan untuk kalangan menengah keatas seperti swalayan dan supermarket sehingga membutuhkan kemasan yang baru

I.3 Fokus Masalah

Berdasarkan Identifikasi Masalah, maka yang akan menjadi pembahasan dalam Fokus Masalah yaitu :

Bagaimana merancang visual baru untuk target kalangan menengah keatas terkait kemasan yang informatif dan berguna untuk meningkatkan penjualan produk yang ada di perusahaan industri rumahan Bumami dan memiliki nilai jual melalui identitas kemasan dan informasi yang lebih baik agar dapat diterima oleh masyarakat luas, melalui perancangan kemasan secara visual.

I.4 Tujuan Perancangan

Berdasarkan Fokus Masalah diatas, adapun tujuan dari perancangan identitas produk terkait kemasan, yaitu :

- Merancang kemasan produk Bumami yang diharapkan mampu memperlihatkan keunggulan produk sehingga dapat meningkatkan penjualan untuk kalangan menengah keatas dan kalangan menengah kebawah
- Mematenkan identitas visual pada setiap kemasan produk Bumami

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional