BAB II. BORONDONG “IBU OSIH”

II.1 Landasan Teori

II.1.1 Makanan Tradisional

Makanan tradisional merupakan makanan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat daerah yang diolah dengan resep yang sudah turun temurun dan berasal dari wilayah tertentu. Di Jawa Barat khususnya Bandung terdapat beragam makanan tradisional seperti surabi, peyeum, cilok, batagor dan lain-lain yang termasuk dalam makanan tradisional khas Bandung. Itu sebabnya banyak orang datang ke Bandung untuk wisata kuliner.

Dari segi pengolahan, makanan tradisional masih relatif sulit dilakukan karena menggunakan alat-alat yang tradisional sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama dalam proses pembuatannya, akan tetapi hal ini berpengaruh besar terhadap cita rasa makan itu sendiri.

II.1.2 Fungsi Makanan Tradisional

Dilihat dari fungsi dari makanan tradisional, selain untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia makanan tradisional juga menjadi identitas suatu daerah. Makanan tradisional mengandung makna yang menggambarkan kebudayaan daerah, oleh karena itu keberadaan makanan tradisional menjadi bagian penting dari kebudayaan.

Seperti yang dikatakan Sabana dalam bukunya *Nilai Estetis Pada Kemasan Makanan Tradisional Yogyakarta* (ITB:2007) “Dari sudut pandang antropologi budaya, kegiatan makan merupakan suatu bagian dari tujuh unsur kebudayaan, setiap kebudayaan memiliki kekhasan tersendiri dalam kegiatan makan, mulai dari penyiapan bahan makanan, proses memasak, mengemas, hingga proses memakannya”. Banyak makanan tradisional yang menjadi ciri khas suatu kota, hal itu menyebabkan banyaknya makanan tradisional yang beralih fungsi menjadi oleh-atau buah tangan dari suatu daerah tersebut.

II.1.3 Borondong

Menurut Yetti Herayati dalam bukunya *Makanan: Wujud, Variasi Dan Fungsi Serta Cara Penyajiannya Pada Orang Sunda Daerah Jawa Barat* (Depdikbud:1986) menyatakan bahwa "Makanan ringan adalah makanan yang dinilai bukan makanan pokok. Makanan ini juga disebut sebagai makanan selingan, makanan sementara untuk menghilangkan rasa lapar." Makanan ringan atau kudapan tradisional Indonesia khas Jawa Barat salah satunya adalah borondong, terbuat dari jagung atau gabah ketan yang di*sangrai* (digoreng tanpa minyak) terlebih dahulu, kemudian ditambah gula merah yang dicairkan yang sering disebut *kinca*. Dalam segi penyajian borondong yang termasuk dalam makanan ringan atau kudapan yang disajikan dengan segelas teh atau kopi.

II.1.4 Perkembangan Industri Borondong

Awal tahun 1950-an penduduk kampung Sangkan desa Laksana kecamatan Ibun kabupaten Bandung, kurang lebih 7 kilometer dari Majalaya atau tepatnya desa yang berbatasan dengan Garut ini mulai merintis membuat borondong yang tidak hanya dibuat dan disajikan pada acara hajatan saja tapi untuk pesanan juga. Setelah itu mulai dijual dengan modal seadanya, menggunakan gabah ketan dari sawah sendiri dan pengolahan pun dilakukan dengan keluarga sendiri. Seiring berjalannya waktu Borondong semakin populer dan pesanan semakin meingkat, mengingat pada tahun 1970-an muncul lagu *Borondong Garing* yang dinyanyikan oleh Rudy Rosady, penyanyi Pop Sunda yang meningkatkan eksistensi borondong.

II.1.5 Jenis-Jenis Borondong

Borondong memiliki dua jenis yaitu borondong *garing* yang terbuat dari gabah beras ketan yang di*sangrai* (digoreng tanpa minyak) hingga menyerupai makanan yang terbuat dari jagung yaitu *popcorn* lalu dibersihkan dari kulit gerabahnya, diberi gula putih atau gula merah kemudian dicetak bulat menyerupai bola kecil. Borondong *enten* terbuat dari beras ketan yang diolah menjadi enten (wajik ketan) menggunakan gula putih atau merah, dibentuk bulat kemudian ditaburi serbuk borondong yang tidak diberi gula atau rasa.



Gambar II.1 Jenis Borondong *Garing* dan *Enten*
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(20/10/2016)

II.1.6 Bahan-Bahan dan Cara Pembuatan Borondong

Bahan yang diperlukan dalam pembuatan borondong antara lain, gabah ketan, gula merah yang sudah diiris halus dan kelapa. Cara membuatnya cukup sederhana yaitu pertama *sangrai* (digoreng tanpa minyak) gabah ketan hingga matang, mengembang dan berwarna putih, proses ini hampir sama seperti membuatan *popcorn*, kedua karena alat pembuatan masih tradisional hasil dari gabah yang sudah di*sangrai* disimpan di atas tungku beberapa saat agar membuatnya lebih kering, ketiga gabah dipilah dan dipisahkan dari cangkang agar lebih bersih, setelah itu dapat diolah menjadi borondong *garing* atau borondong *enten*.

Dalam pembuatan borondong *garing* hanya membutuhkan beberapa tahap lagi, antara lain dengan mencampurkan gula merah yang sudah dicairkan terlebih dahulu dengan cara dimasak lalu masukan gabah ketan yang sudah disangrai kedalam gula yang sudah dicairkan aduk keduanya hingga merata, kemudian cetak dengan tangan menjadi bentuk bulat atau pipih. Adonan dibuat sepadat mungkin, hal ini bertujuan agar setiap gabah tidak saling terlepas satu sama lain. Setelah semua sudah dicetak dan dibentuk borondong siap untuk dioven atau dikeringkan di bawah sinar matahari hingga matang sempurna.



Gambar II.2 Bentuk Borondong *Garing*
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(3/11/2016)

Begitu juga dengan pembuatan borondong *enten* hanya membutuhkan beberapa tahap lagi, yaitu hanya dengan menyampurkan gula merah, vanili serta kelapa parut yang sudah dijadikan adonan kental menyerupai wajik. Setelah campuran gula merah, vanili dan kelapa parut sudah siap, tinggal dibalur dengan gabah ketan yang sudah di*sangrai* terlebih dahulu. Ini yang membedakan borondong *garing* dan borondong *enten*, rasa borondong *enten* lebih manis dari borondong *garing* hal ini dikarenakan borondong *enten* lebih banyak mengandung gula.



Gambar II.3 Bentuk Borondong *Enten*
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(3/11/2016)

II.1.7 Inovasi Borondong

Banyaknya makanan tradisional di Bandung membuat produsen harus melakukan inovasi-inovasi baru yang bisa mengangkat kembali makanan tradisional menjadi makanan yang diminati oleh semua kalangan, pandangan "kolot" terhadap makanan tradisional dirubah menjadi makanan yang mengikuti jaman atau sering disebut "kekinian". Tidak hanya dari makanannya saja tetapi kemasan juga menjadi penunjang sebagai daya tarik tersendiri bagi makanan tradisional yang biasanya dikemas dengan minimalis hanya menggunakan pelastik atau dibungkus oleh kertas makanan saja, inovasi makanan membuat produsen juga berinovasi pada kemasannya.

Beberapa produsen makanan tradisional salah satunya borondong berinovasi dengan nama Brokat (Borondong Coklat), bahan yang digunakan dalam pembuatan Brokat ini pada dasarnya sama dengan borondong *enten* dan borondong *garing*, hanya saja yang membedakannya adalah setelah borondong *enten* dan borondong *garing* matang borondong dibalur coklat cair lalu didinginkan hingga coklat mengeras. Setelah proses pembaluran coklat pada borondong selesai Brokat dikemas menggunakan toples dan siap untuk dipasarkan.



Gambar II.4 Bentuk Inovasi Borondong
Sumber: https://3.bp.blogspot.com/-Q9sBvaG99bM/VOYYHnXq0EI/AAAAAAAAAV4/fPbxz12IM6o/s1600/IMG_0410.jpg
(3/11/2015)

II.1.8 Informasi Makanan Tradisional Borondong

Informasi adalah salah satu bentuk dari hasil pengumpulan kabar atau berita tentang sesuatu. Jogiyanto dalam bukunya yang berjudul *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan terstruktur teori dan praktek aplikasi bisnis* (Andi:2005) menyatakan bahwa "informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya, yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata untuk pengambilan keputusan". Beberapa media informasi yang mempermudah penerimanya dalam menerima informasi dan sering dijumpai adalah media cetak dan elektronik

Pemanfaatan media informasi oleh produsen borondong hanya di tempat produksi dalam artian produsen memasang reklame yang isinya informasi nama pengrajin saja, berikut salah satu contohnya.



Gambar II.5 Bentuk Informasi yang Diberikan Produsen Borondong
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(20/10/2016)

Beberapa produsen borondong yang melakukan inovasi memanfaatkan perkembangan teknologi dalam pemasarannya, sosial media menjadi media informasi dalam memasarkan borondong hasil inovasinya. Informasi yang ada di sosial media tersebut berisi tentang borondong hasil inovasi serta harga yang ditawarkan.

II.2 Borondong Ibu Osih

Ibu Osih Yuningsih adalah salah satu produsen borondong di desa Laksana, tepatnya di kampung Sangkan No.33 RT 02/03 desa Laksana kecamatan Ibun kabupaten Bandung. Jenis borondong yang dibuat Ibu Osih adalah borondong *garing*, borondong *enten*, dan ada juga borondong hasil inovasi Ibu Osih sendiri yaitu Borkat (Borondong Coklat). Hal yang membedakan Borkat dengan borondong *garing* dan borondong *enten* adalah borondong ini dilumuri coklat pada bagian luarnya.



Gambar II.6 Bentuk Borondong *Enten* Ibu Osih
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(20/10/2016)



Gambar II.7 Bentuk Borondong *Garing* Ibu Osih
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(20/10/2016)



Gambar II.8 Bentuk Inovasi Borondong Coklat Ibu Osih
Sumber: http://3.bp.blogspot.com/-Q9sBvaG99bM/VOYYHnXq0EI/AAAAAAAAAV4/fPbxz12IM6o/s1600/IMG_0410.jpg
(3/11/2015)

Sejak tahun 1990 Ibu Osih sudah mulai memproduksi borondong, terhitung 27 tahun lebih Ibu Osih memproduksi borondong di rumahnya sendiri. Bahan baku yang Ibu Osih gunakan untuk membuat borodong yaitu gabah ketan yang dipesan langsung dari Subang, hal ini disebabkan karena menurut Ibu Osih sendiri gabah ketan dari Bandung sudah banyak yang dicampur dengan padi dan menghasilkan borondong yang kualitasnya kurang bagus.

Ibu Osih beserta 8 pegawainya memproduksi borondong dilakukan tiga kali dalam seminggu, menjelang hari raya produksi borondong ditingkatkan menjadi hampir setiap hari karena permintaan borodong meningkat menjelang hari raya Idul Fitri. Hal ini disebabkan konsumen membeli borondong untuk sajian makanan ringan pada saat hari raya, begitupun pada saat ada pesanan untuk hajatan atau perayaan lainnya.

Semua pegawai Ibu Osih memiliki peranan masing masing dalam pengerjaan produksi borondong, dari 8 pegawai diantaranya satu orang bertugas untuk me-*nyangrai* gabah ketan atau menggorengnya tanpa menggunakan minyak. Proses ini dilakukan di atas tungku api atau sering disebut *hawu* agar menghasilkan gabah ketan yang matang sesuai dengan kebutuhan untuk membuat borondong.



Gambar II.9 Tungku Api atau *Hawu* yang Digunakan Untuk Me-*nyangrai* Gabah Ketan
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(20/10/2016)

Satu orang lainnya bertugas untuk memilih gabah ketan hasil *sangrai* atau sering disebut tukang pilih, karena pekerjaannya memilih gabah ketan yang mengembang dan memisahkan gabah ketan yang tidak mengembang dari hasil proses *sangrai*. Pemilihan ini bertujuan agar gabah ketan yang dijadikan borondong benar-benar gabah ketan yang sudah matang dan mengembang dengan baik untuk dijadikan borondong.



Gambar II.10 Proses Memilih Gabah Ketan Hasil *Sangrai*
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(20/10/2016)

Satu orang pada bagian mengayak, proses ini dilakukan hanya untuk pembuatan borondong *enten* saja. Hasil adonan *enten* (wajik ketan) diayak bersama gabah ketan hasil sangrai sehingga gabah ketan tersebut menempel pada adonan *enten*. Dibagian mencetak borondong ada 5 orang yang bertugas mencetak atau lebih sering disebut *"netel"* yaitu membentuk borondong garing menjadi bulatan dengan ukuran menyesuaikan kebutuhan produksi.



Gambar II.11 Proses mencetak atau *netel* Borondong Ibu Osih
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(20/10/2016)

II.2.1 Identitas dan Kemasan Borondong Ibu Osih

Setiap produk pasti memiliki identitas untuk memudahkan konsumen memilih dan membeli produk agar sesuai dengan yang diinginkan, baik berupa logo atau berupa label pada kemasannya. Ibu Osih menyertakan label pada setiap kemasan borondong yang dibuatnya, hal ini dilakukan untuk membedakan borondong buatan Ibu Osih dengan borondong hasil produsen lainnya.

Pada dasarnya label pada setiap kemasan borondong itu sama, yaitu berupa kertas dengan ukuran yang disesuaikan dengan kemasan borondongnya. Label pada kemasan borondong Ibu Osih juga menggunakan kertas yang dicetak dengan nama produsen borondong, nomor ijin Dinas Kesehatan, alamat produsen borondong Ibu Osih disertai dengan nomor telepon yang dapat dihubungi untuk melakukan pemesanan dan lain sebagainya.



Gambar II.12 Label Pada Kemasan Borondong Ibu Osih
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(3/11/2016)

Setiap kemasan borondong Ibu Osih pada dasarnya sama dengan kemasan borondong pada umumnya. Borondong dikemas sederhana menggunakan plastik biasa dengan bentuk memanjang ke bawah, ada pula borondong Ibu Osih yang dikemas dengan plastik mika dengan isi borondong yang lebih banyak. Isi borondong dari setiap kemasan juga beragam, disesuaikan dengan ukuran kemasannya. Untuk kemasan plastik dengan bentuk memanjang disi dengan 15 borondong ukuran kecil, 5 untuk ukuran borondong sedang dan 2 borondong untuk ukuran borondong besar.

Kemasan borondong ukuran sedang dan besar hanya digunakan untuk borondong *garing* saja, sedangakan borondong *enten* hanya dikemas kedalam kemasan berukuran kecil dengan isi 15 borondong. Menurut Ibu Osih hal tersebut disebabkan karena borondong *enten* menggunakan isian seperti wajik yang bertekstur lunak dan sulit untuk dibentuk dengan ukuran yang besar.



Gambar II.13 Kemasan Plastik Borondong Ibu Osih
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(2/11/2016)

Borondong Ibu Osih yang dikemas dengan plastik mika berbeda dengan kemasan plastik biasa, perbedaanya terdapat pada bagian ukuran borondong yang lebih kecil lagi dan isi yang lebih banyak. Untuk ukuran borondong kemasan plastik biasa diameternya kurang lebih 5 cm sampai 6 cm, sedangkan ukuran borondong untuk kemasan plastik mika diameternya lebih kecil lagi yaitu kurang lebih 4 cm saja.

Ibu Osih menggunakan 2 jenis plastik mika yang berbeda yaitu ukuran 1A dan 2, untuk kemasan plastik mika dengan ukuran 1A dengan panjang 20 cm, lebar 20 cm dan tinggi 6 cm diisi 100 borondong *garing* dengan ukuran yang lebih kecil, untuk borondong *enten* diisi sebanyak 50 borondong karena ukurannya yang sedikit lebih besar. Sedangkan kemasan mika dengan ukuran 2 dengan panjang 12 cm, lebar 20 cm dan tinggi 6 cm diisi 50 borondong *garing*, untuk borondong *enten* diisi sebanyak 25 borondong.



Gambar II.14 Kemasan Plastik Mika Borondong Ibu Osih
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(20/10/2016)

II.2.2 Perkembangan Pemasaran "Borondong Ibu Osih"

Sebagai produsen borondong Ibu Osih Yuningsih memasarkan borondong buatannya dengan menjual ke toko oleh-oleh di daerah Majalaya, Banjaran dan Cililin. Selain itu tempat produksinya pun menjadi tempat pemasaran secara langsung, karena banyak pembeli datang kerumah Ibu Osih untuk membeli dan memesan borondong untuk keperluan hajatan atau perayaan lainnya.



Gambar II.15 Tempat Pemasaran Borondong Ibu Osih di Kediamannya
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(20/10/2016)

Untuk pemasaran di daerah Majalaya, Banjaran, dan Cililin biasanya Ibu Osih mengirim borondong satu kali dalam dua minggu. Pada awalnya pengiriman borondong untuk daerah Cililin Ibu Osih hanya mengirim ke lima toko saja masing-masih 10 bungkus borondong pertoko, saat ini banyaknya borondong yang dikirim tergantung pemesanan dari penjual. Biasanya pemesanan meningkat pada saat menjelang hari raya Idul Fitri dan pada saat musim liburan baik pesanan dari Majalaya, Banjaran dan Cililin maupun konsumen yang datang ke tempat produksi untuk memesan langsung. Begitu pula dengan Borkat (Borondong Coklat) hasil inovasi Ibu Osih pemesanannya meningkat menjelang hari raya.



Gambar II.16 Tempat Pemasaran Borondong Ibu Osih di Majalaya
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(20/10/2016)



Gambar II.17 Tempat Pemasaran Borondong Ibu Osih di Cililin
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(2/11/2016)

Harga yang ditawarkan Ibu Osih untuk satu bungkus borondong sangat variatif tergantung dari ukurannya, untuk satu bungkus plastik borondong dijual dengan harga Rp10.000,00 sedangkan borondong yang dibungkus dengan plastik mika dengan isi yang lebih banyak dijual dengan harga Rp25.000,00. Sedangkan Borkat dijual dengan harga Rp30.000,00.

II.2.3 Situasi Pasar Saat Ini

II.2.3.1 Kompetitor

Mengingat kampung Sangkan desa Laksana kecamatan Ibun kabupaten Bandung sebagai sentra borondong tentu saja tidak sedikit warga kampung Sangkan menjadi produsen borondong baik itu borondong *enten* atau borondong *garing.* Banyaknya produsen borondong di kampung Sangkan tidak menutup kemungkinan adanya perbedaan baik dari segi pembuatan juga pemasarannya.



Gambar II.18 Desa Laksana Kecamatan Ibun Sebagai Sentra Borondong
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(20/10/2016)

Selain Ibu Osih produsen borondong lainnya yang juga berada di desa Laksana adalah Ma Erah (alm) yang sekarang usahanya diteruskan oleh Pak Yaya Juaria selaku pimpinan borondong "Ma Erah", sejak tahun 1960 Ma Erah mulai memproduski borondong di kediamannya di kampung Sangkan RT 02/02 desa Laksana kecamatan Ibun kabupaten Bandung. Penghargaan dari MURI (Museum Rekor Indonesia) diterima oleh Ma Erah pada tanggal 14 Mei 2004 sebagai

pembuat borondong terbesar dengan bentuk replika gedung pemerintahan provinsi Jawa Barat atau sering disebut Gedung Sate.



Gambar II.19 Borondong Ma Erah (Alm)
Sumber: http://1.bp.blogspot.com/-IM56RY7YKG0/Um5ur4jxYuI/AAAAAAAAAT4/e1NH9VqFYMg/s1600/9.jpg (22/10/2015)

Borondong yang diproduksi Ma Erah sama dengan produsen lainnya yaitu borondong *enten* dan borondong *garing.* Bahan yang digunakan Ma Erah untuk membuat borondong pada dasarnya sama dengan produsen yang lain seperti gabah ketan dari Bandung sebagai bahan baku utama, gula, dan kelapa. Permintaan borondong Ma Erah juga meningkat pada saat menjelang hari raya Idul Fitri, pesanan untuk hajat juga perayaan lainnya. Pemasaran Borondong Ma Erah meliputi daerah Majalaya, Banjaran, dan Soreang, pemasarannya juga dilakukan di kediamannya sendiri karena tidak banyak konsumen yang ingin membeli langsung di tempat produksi borondong Ma Erah.

II.2.3.2 Perkembangan Pemasaran Borondong

Selain di daerah Majalaya, Banjaran, Soreang dan Cililin peneliti juga menemukan borondong yang sudah dipasarkan di salah satu supermarket daerah kota bandung. Aina Rifaa adalah produsen borondong yang mulai memasarkan borondongnya di supermarket, borondong buatan Aina Rifaa ini sedikit berbeda dari borondong yang dipasarkan di Majalaya, Banjaran, Soreang dan Cililin. Hal yang membedakan yaitu dari bentuknya yang kotak dan bahan baku utamanya adalah jagung.



Gambar II.20 Borondong Aina Rifaa yang Dipasarkan di Supermarket
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(29/11/2016)

Dari segi kemasan borondong Aina Rifaa juga menggunakan plastik dan lebel yang menunjukan identitas Aina Rifaa sebagai produsen yang memproduksi borondong tersebut. Harga yang ditawarkan Aina Rifaa yaitu Rp13.600,00 untuk satu bungkus borondong dengan isi 16 borondong, harga yang tidak jauh berbeda dengan borondong yang dipasarkan di Majalaya, Banjaran, Soreang dan Cililin.

II.2.3.3 Konsumen

Dilihat dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti baik kepada produsen maupun penjual borondong, sebagian besar konsumen borondong adalah orang dewasa. Permintaan borondong dari penjual terhadap produsen meningkat pada saat menjelang hari raya dan musim liburan. Banyak konsumen membeli borondong untuk dikonsumsi sehari-hari sebagai camilan, ada pula yang memesan untuk acara hajatan atau perayaan lainnya.

Konsumen yang membeli borondong untuk dijadikan oleh-oleh sebagian besar berasal dari luar kota Bandung, hal ini yang menyebabkan permintaan borondong dari penjual kepada produsen meningkat pada saat musim liburan dan menjelang hari raya.

II.3 Analisa

II.3.1 Analisa SWOT

Metode ini digunakan dalam mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu produk atau perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) (Freddy, 2006:19).

1. *Strength* (Kekuatan)
    - Borondong Ibu Osih melakukan inovasi pada borondong yaitu Borkat (Borondong Coklat).
2. *Weakness* (Kelemahan)
    - Kemasan borondong hanya menggunakan plastik biasa dan plastik mika.
    - Hanya label sederhana sebagai ciri atau pembeda borondong Ibu Osih dengan borondong lainnya.
3. *Opportunities* (Peluang)
    - Borkat (Borondong Coklat) hasil inovasi Ibu Osih dengan rasa berbeda dan memiliki keunikan tersendiri.
4. *Threats* (Ancaman)
    - Banyaknya kompetitor yang menjual borondong.
    - Beberapa kompetitor sudah memasarkan borondong ke supermarket.
    - Makanan tradisional sudah jarang diminati sebagai oleh-oleh.

II.3.2 Simpulan

Berdasarkan hasil analisa SWOT diatas dapat disimpulkan bahwa borondong Ibu Osih memiliki kesempatan untuk mengembangkan pemasarannya jika identitas borondong Ibu Osih dimaksimalkan. Dari segi kekuatan dan peluang Ibu Osih memiliki keunikan tersendiri dengan borondong hasil inovasinya yaitu Borkat (Borondong Coklat), untuk memaksimalkan hal tersebut pembuatan kemasan Borkat dengan desain yang eksklusif diharpakan dapat menarik minat konsumen terhadap Borkat. Target market yang berbeda juga diharapkan dapat memperluas dan mengembangkan pemasaran borondong Ibu Osih.

II.4 Resume

Berdasarkan data yang diperoleh, banyak produsen makanan tradisional borondong yang kurang dalam memperlihatkan identitas borondongnya. Borondong yang diproduksi hanya dikemas seadanya tanpa identitas yang jelas dengan plastik dan diberi lebel sebagai ciri borondong tersebut diproduksi oleh produsen yang berbeda tanpa identitas yang jelas. Salah satunya adalah borondong Ibu Osih, dari segi pengembangan borondong Ibu Osih berinovasi dengan Borkat (Borondong Coklat). Solusi yang dipilih adalah membuat kemasan untuk borondong Ibu Osih, hal ini bertujuan untuk meningkatkan citra borondong Ibu Osih serta memberikan identitas yang baik dan jelas tanpa menghilangkan ciri khas borondong sebagai makanan tradisional.