BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keripik pisang merupakan salah satu produk makanan ringan yang banyak digemari konsumen. Rasanya yang renyah dan murahnya harga yang ditawarkan menjadikan produk tersebut sebagai alternatif tepat untuk menemani waktu santai bersama rekan dan keluarga. Seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen, kini keripik pisang mulai diinovasikan berbagai varian rasa, seperti ada yang menggunakan tambahan coklat, susu, keju pada keripik pisang tersebut.

Pada era sekarang ini, banyak sekali perusahaan melakukan inovasi produk. Contoh perusahaan dibidang makanan menciptakan inovasi dimulai dari bentuk hingga inovasi dalam rasa. Inovasi produk demikian memunculkan berbagai persaingan antar perusahaan untuk mengambil hati konsumen, agar konsumen dapat kembali lagi untuk membeli sebuah produk perusahaan dan dapat menunjang keberhasilan tujuan perusahaan yang diantaranya untuk mendapatkan keuntungan yang optimal.

Para perusahaan dibidang makanan sebagai produsen tidak saja sekedar bertugas untuk menciptakan suatu produk semata, melainkan juga harus disertai kemampuan untuk mengetahui perilaku konsumen agar dapat mengenali produknya. Salah satu upaya untuk mengenali keadaan konsumen yang menjadi sasaran penjualan adalah dengan mempelajari bagaimana perilaku mereka dalam membeli suatu barang atau produk tertentu. Hal inilah, yang mendasarkan bahwa pemasaran produk perusahaan kepada konsumen harus dilakukan dengan tepat sasaran atau efektif.
Konsumen biasanya membeli suatu produk karena alasan kebutuhan. Namun ada pula alasan lain yang diberikan konsumen dalam keputusan pembeliannya, seperti keinginan untuk mencoba produk baru, atau pemasaran dengan produk yang iklannya sering dimunculkan dan dilihat.

Menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Lampung (2008), daerah sentra produksi keripik pisang di Lampung hingga tahun 2007 adalah di Bandar Lampung. Keripik pisang merupakan komoditas utama yang menjadi andalan ekspor Propinsi Lampung selain pisang buah dan tepung pisang. Ekspor keripik pisang yang dilakukan tersebut dapat mengangkat citra Propinsi Lampung sebagai

produsen keripik pisang nasional. Selain itu, keripik pisang merupakan salah satu ciri khas dari Propinsi Lampung yang sudah dikenal di berbagai daerah.
Di Bandar Lampung terdapat beberapa produsen keripik pisang baik industri besar maupun industri rumah tangga. Menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Lampung (2008), terdapat 10 produsen keripik pisang dalam skala besar. Industri keripik pisang tersebut memiliki kapasitas produksi sebesar 2 ton atau lebih sedangkan untuk industri rumah tangga banyak dijumpai di sentra produksi keripik pisang yang terdapat di Bandar Lampung.

Keripik pisang memiliki rasa yang gurih dan renyah serta aroma yang khas, sehingga keripik pisang menjadi salah satu makanan ringan yang digemari masyarakat. Keripik pisang Lampung yang terkenal di skala nasional menjadikan sentra industri rumah tangga keripik pisang Bandar Lampung sebagai tujuan utama para pengunjung untuk mencari oleh-oleh makanan ringan, atau bagi para penduduk Lampung keripik pisang merupakan oleh-oleh yang sering dibawa apabila berkunjung ke propinsi lain.

Aneka Yen-yen merupakan salah satu toko keripik pisang yang cukup terkenal diantara toko keripik yang ada di Bandar Lampung, 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 Yen-Yen ini adalah penggunaan bahan baku pilihan yang menjadikan kualitas Keripik Pisang Yen-Yen 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.

Keripik Pisang Yen-Yen 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 Yen-Yen 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 Yen-Yen, dan tidak adanya komunikasi pemasaran atau kegiatan promosi dari penjual untuk mengeksistensikan diri dalam memperluas pangsa pasar.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemamparan latar belakang tersebut maka dapat di identifikasikan beberapa masalah sebagai berikut :

- Kemasan Aneka Yen Yen sejak pertama kali dibuat hingga saaat ini belum mendesain ulang kemasannya.
- Kurangnya informasi pada kemasan Aneka Yen Yen.
- Keripik pisang Aneka YenYen tidak memili kekhasan pada kemasanannya, hampir semua pesaing keripik pisang dibandar lampung sudah menggunakan kemasan yang visualnya lebih moderen.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang berkaitan dengan keripik pisang yen-yen yang terdapat dalam identifikasi masalah, maka perancangan dirumuskan menjadi sebagai berikut:

- Bagaimana agar keripik pisang Aneka YenYen mampu bersaing dengan kemasan yang baru?

1.4 Batasan Masalah

Tema yang hendak diangkat dalam tugas akhir ini adalah mengenai keripik pisang Aneka yen-yen. Setelah rumusan masalah diatas, maka batasan masalah ialah sebagai berikut :

Inovasi dari produk Aneka YenYen dimulai dari renovasi *outlet*, pelayanan kepada konsumen sudah dilakukan, namun kemasan dan strategi promosi yang dilakukan keripik pisang Aneka YenYen dirasa belum optimal. Oleh kerena itu batasan masalah pada perancangan ini akan difokuskan pada desain ulang kemasan Aneka YenYen sebagai keripik pisang yang memiliki banyak varian rasa.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Setalah batasan masalah diatas, maka maksud dan tujuan ialah sebagai berikut:

Adapun tujuan dan manfaat dari perancangan promosi ini adalah mengenalkan kemasan baru keripik pisang Aneka YenYen pada masyarakat khususnya wisatawan kota Bandar Lampung yang berimbas pada meningkatnya citra produk keripik pisang Aneka YenYen sebagai produk keripik pisang yang isi dan varian rasanya lebih banyak. Dengan meningkatnya citra produk tersebut diharapkan keripik pisang Aneka YenYen semakin mampu bersaing dengan produk lainnya.