BAB II

SIROOP TJAP BUAH TJAMPOLAY

II.1 Kuliner

Kuliner merupakan sebuah hobi campuran yang biasa disebut dengan wisata kuliner yang tujuannya untuk makan dan berjalan-jalan (wisata, berpergian). Namun, biasanya kata kuliner lebih memacu kepada makanannya dibandingkan dengan jalan-jalan.

Soenardi (2013) menjelaskan “Kata kuliner berasal dari bahasa Inggris, yaitu *culinary* yang berarti “urusan masak memasak”. Kata kuliner tersebut menjadi luas di Indonesia karena adanya media masa dan televisi. Kuliner adalah suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan sehari-hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Semua itu, membutuhkan pengolahan yang serba berkualitas dan bergizi. Sementara istilah kuliner itu sendiri adalah masakan atau dalam bahasa dapur mempunyai sinonim/arti yang sama dengan istilah *cuisine”*.



Gambar II.1 Berbagai minuman tradisional indonesia
Sumber: https://3.bp.blogspot.com/-_6sKn9Rt-48/UK77QVVDp8I/AAAAAAAAOBk/T64I3KSjBjI/s1600/13+traditional+drink+indonesia.jpg (Diakses pada 28/06/2017)

Masakan Indonesia terkenal kaya dengan bumbu yang berasal dari rempah-rempah dengan diikuti penggunaan teknik-teknik memasak menurut bahan dan tradisi / adat khas Indonesia. Selain masakannya, Indonesia juga memiliki berbagai minuman khas daerah yang sampai sekarang masih populer di masyarakat. Khususnya masyarakat desa, yang masih melestarikan makanan dan minuman warisan nenek moyang. Tetapi di Indonesia tidak lepas juga dari pengaruh seni kuliner yang berasal dari India, Tiongkok, Timur Tengah, dan Eropa melalui suatu perdagangan. Sehingga setiap daerah memiliki cita rasa tersendiri dikarenakan tradisi kuliner yang berbeda-beda.

II.2 Kemasan

Dalam sebuah produk sebaiknya memiliki sebuah kemasan, karena kemasan adalah sebuah wadah atau pembungkus yang penting dalam sebuah produk, di Indonesia desain kemasan kurang begitu dipedulikan dalam sebuah produk, terutama produk-produk yang lokal.

Kemasan dan desain telah menjadi faktor penting dalam memasarkan bermacam-macam produk dan merupakan kunci penting dalam mengkomunikasikan keunggulan produk kepada konsumen. Oleh karena itu kemasan produk memiliki hubungan dengan variabel lain dalam bauran pemasaran (Czinkota dan Ronkainen, 2007).

Kemasan/*Packaging* berasal dari kata *package* yang berarti sepadan dengan kata kerja “membungkus” atau “ mengemas” dalam bahasa Indonesia, sehingga secara harfiah pengertian *packaging* dapat diartikan sebagai pembungkus atau kemasan. Secara sederhana kemasan dapat diartikan suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk tertentu yang berada didalamnya serta dapat memberikan citra tertentu pula untuk membujuk penggunanya.

Menurut Safanayong (2016), desain kemasan adalah alat pemasaran yang terpenting untuk barang-barang yang dikemas. Kemasan mengkomunikasikan brand dan nilai produk pada *point of sale*. Desain struktur kemasan atau wajah grafis mampu membedakan suatu produk dari pesaingnya.

Ada beberapa alasan mengapa perhatikan yang diberikan pada desain kemasan berkembang pesat yaitu:

a) Persaingan *brand* yang semakin ketat.

b) Internasionalisasi pasar berarti desain kemasan harus memperhitungkan batas-batas nasional dan kebudayaan.

c) Material dan teknologi baru mendorong secara terus-menerus inovasi kemasan supaya menambah penjualan, menurunkan harga dan menambah keuntungan.

d) Peduli lingkungan dan kesadaran pada perundang-undangan dari masyarakat semakin meningkat, pengusaha pabrik meredesain kemasan untuk memperkecil bahan sisa dan menggunakan material yang mudah didaur ulang.

Menurut Wirya (1999), Tak satupun desain kemasan yang dapat bertahan selamanya karena pada suatu masa tiba juga saatnya desain kemasan tersebut diperbaharui.

Menurut Wirya (1999), kemasan memiliki dua daya tarik, yaitu:

1) Daya tarik visual

   Mengarah pada penampilan kemasan produk yang mencakup berbagai unsur grafis, antara lain warna, ilustrasi, teks, dan layout.

2) Daya tarik praktis

   Hal ini merupakan efektifitas dan efisiensi suatu kemasan yang ditujukan kepada konsumen, distributor, meliputi penyimpanan dan pemajangan.

Menurut buku “Pengantar Desain Komunikasi Visual” (Sanafayong, 2006), berdasarkan fungsinya, kemasan modern terbagi menjadi tiga kategori :

1) *Primary Packaging*



Gambar II.2 Kemasan Primer
Sumber: http://1.bp.blogspot.com/-bvuutgah-3e/u2mb4mfjvki/aaaaaaaaagy/7e6dvyrmcgi/s1600/4.jpg (Diakses pada 28/06/2017)

Material atau kemasan yang pertama kali bersentuhan langsung dengan isi produk. Contoh : botol, kaleng, amplop, bungkus permen, bungkus sepatu, plastik pembungkus makanan, *skin pack*, *wrappers* dan lain sebagainya.

2) *Secondary Packaging*



Gambar II.3 Kemasan Sekunder
Sumber: http://1.bp.blogspot.com/-ucoirpjceuc/ve_nd0vy0hi/aaaaaaaaaiy/3a5nqyxdbve/s1600/header%2bpack.jpg (Diakses pada 28/06/2017)

Kemasan yang membungkus *primary packaging* atau kemasan yang ukurannya lebih besar dan mewadahi primary packaging sekaligus.

Contoh : kardus atau *shirnk warp*. Kantong plastik yang sering digunakan apabila membawa beberapa kaleng atau botol juga termasuk dalam kategori *secondary packaging.*

3) *Tertiary Packaging*



Gambar II.4 Kemasan Tersier
Sumber: http://orimarru.com/wp/wp-content/uploads/2013/02/kemasan-tersier.jpg (Diakses pada 28/06/2017)

Jenis kemasan yang digunakan untuk melindungi produk saat pengiriman atau pendistribusian,kemasan ini biasanya digunakan dalam pengiriman besar dan pengiriman yang cukup besar ,sehingga kemasan utama tidak rusak. Contoh : *container*, *barrel* dan lain sebagainya.

II.3 Siroop Tjap Buah Tjampolay

II.3.1 Sejarah Siroop Tjap Buah Tjampolay

Perusahaan ini didirikan pada tanggal 11 Juli 1936 dengan nama Perusahaan Siroop Tjap Buah Tjampolay. Pada awalnya perusahaan ini dipegang oleh Tan

Tek Tjiauw (Sutawikarta) mengalami kejayaan, Awal pembuatan produksi Siroop Tjap Buah Tjampolay ini di Plered (Kabupaten Cirebon) kemudian pada tahun 1940-an produksi Siroop Tjap Buah Tjampolay ini dipindahkan di Pekarungan (Cirebon Kota). Namun tidak bertahan lama, beliau sakit dan pada kurun waktu tertentu perusahaan tersebut terhenti sampai Tan Tek Tjiauw (Sutawikarta) meninggal dunia (Munajat, 2014).

Sejak tahun 1969 digantikan oleh salah seorang putranya yaitu Tan Kim Lee (Setiawan Sutawikarta) dari enam bersaudara. Kini beliau yang memimpin perusahaan hingga sekarang. Pemasaran/penjualan Siroop Tjap Buah Tjampolay ini pertama kali di jual hanya di warung-warung kecil & pasar tradisional. Varian pertama yang di produksi ada 3 buah rasa yaitu frozen ross, asam jeruk & buah nanas. Pada Tahun 1981 tempat produksi Siroop Tjap Buah Tjampolay pindah ke Jl. Lawanggada Gg. Jati No. 26, dan akhirnya pada Tahun 1995 perusahaan pindah ke Jl Elang Raya No. 11 sampai sekarang. Pemasaran Siroop Tjap Buah Tjampolay semakin meluas memasuki pasar modern diberbagai kota di Indonesia khususnya Pulau Jawa. Mengungguli 14 perusahaan se-Jawa Barat yang diukur berdasarkan kualitas produk, proses produksi dan racikan.

Kini Siroop Tjap Buah Tjampolay menambah varian rasa diantaranya: *Lychee*, Mangga Gedong, Melon, *Coffee Mocca*, Strawberry, Sirsak, Durian, Kopyor dan Jambu yang semuanya ada 15 varian rasa. Jumlah karyawan yang dimiliki berjumlah 35 orang dengan jam kerja yang berlaku di perusahaan mulai pukul 08.00 sampai dengan pukul 12.00 kemudian pukul 13.00 sampai dengan pukul 16.00. Kini perusahaan ini memiliki tanah seluas 1200m² yang diatasnya berdiri satu bangunan seluas 400m². Di dalam bangunan tersebut terdapat sarana kantor untuk memudahkan pengawasan terhadap karyawan, hasil dan kualitas produksi.

II.3.2 Perkembangan Varian Rasa

Sebelum tahun 1993 produk Siroop Tjap Buah Tjampolay ini hanya memiliki 3 buah varian rasa . Pada tahun 1993 Siroop Tjap Buah Tjampolay melakukan penambahan varian rasa yaitu menjadi 9 buah varian rasa. Kemudian, karena

memenuhi selera konsumen memasuki tahun 2000 Siroop Tjap Buah Tjampolay memilki 15 varian rasa.



Gambar ll.5 Varian Rasa
Sumber :http://2.bp.blogspot.com/-gQr8nwPnnJ4/USo6oQdcVeI/AAAAAAAAAEA/eiIDJzdBW6U/w1200-h630-p-k-no-nu/2056725_tjampolai-5.jpg

Gambar Il.5 adalah Beberapa varian rasa yang ada pada Siroop Tjap Buah Tjampolay,ada varian rasa mangga gedong, pisang susu, asam jeruk, rozen rose & jeruk nipis. Pada tahun 1993 Siroop Tjap Buah Tjampolay hanya tersedia dalam 3 varian rasa saja yaitu :

- Rasa Buah Nanas
- Rasa Pisang Susu
- Rasa Asam Jeruk

Pada tahun 1993 sampai dengan Tahun 2000 , produk Siroop Tjap Buah Tjampolay menambah 6 buah varian rasa yaitu :

- Rasa Jeruk Nipis
- Rasa Buah Lychee
- Rasa Mangga Gedong
- Rasa Rozen Rose
- Rasa Buah Melon
- Rasa Coffee Mocca

Kemudian pada tahun 2000 sampai dengan 2017, produk Siroop Tjap Buah Tjampolay menambah 6 buah varian rasa kembali yaitu :

- Rasa Buah Strawberry
- Rasa Coco Pandan
- Rasa Buah Durian
- Rasa Buah Sirsak
- Rasa Kelapa Kopyor
- Rasa Buah Jambu

Jadi total varian rasa yang ada pada produk Siroop Tjap Buah Tjampolay dari tahun 1993 sampai dengan 2017 adalah 15 varian rasa.

II.3.3 Pengemasan Produk



Gambar II.6 Bentuk Botol Siroop Tjap Buah Tjampolay
Sumber: Dok.pribadi (2017)

Gambar II.6 adalah bentuk botol pada Siroop Tjap Buah Tjampolay, dan ada 2 buah varian rasa yaitu pisang susu & jeruk nipis , Pisang susu memiliki warna merah karena memiliki rasa manis & rasa jeruk nipis memiliki warna bening ,seperti perasan air jeruk nipis.

a. Botol

Produk Siroop Tjap Buah Tjampolay mengunakan botol dengan volume isi 700ml, berbentuk silinder menggunakan material kaca bening (transparan). Sebelum proses pengisian (*filler)* botol-botol yang akan digunakan terlebih dahulu dibersihkan dan melalui pemanasan untuk menghilangkan bakteri dan kotoran.

b. Penutup *(camper)*



Gambar II.7 *Camper*/penutup Botol Siroop Tjap Buah Tjampolay
Sumber: Dok.pribadi (2017)

Gambar II.7 adalah *Camper*/penutup botol pada Siroop Tjap Buah Tjampolay, semua varian rasa memiliki penutup botol yang sama yaitu berwarna emas & label pada bagian atasnya.

Bahan yang dibuat untuk camper atau penutup botol terbuat dari material seng alumunium berwarna emas, tertutup rapat, pada permukaan tutup botolnya terdapat merek Siroop Tjap Buah Tjampolay dan gambar buah Tjampolay, sehingga menambah ciri khas dari Siroop Tjap Buah Tjampolay.

c. Label



Gambar II.8 Label Botol Siroop Tjap Buah Tjampolay
Sumber: Dok.pribadi (2017)

Gambar II.8 adalah Label pada Siroop Tjap Buah Tjampolay, Pada semua varian rasa, label yang digunakan pada Siroop Tjap Buah Tjampolay yaitu sama , perbedaanya hanya pada bagian teks paling atas, yaitu varian rasa.

Ada beberapa yang diubah dari *layout* labelnya, tapi tetap mempertahankan gambar, *font* dan warna yang masih sama sampai sekarang. Setiap rasa produk, warna labelnya mengikuti warna siroop. Contohnya Siroop Tjap Buah Tjampolay *rasa Cofee Mocca* warna yang muncul adalah warna coklat. Maksudnya, agar

warna label merepresentasikan rasa siroop tersebut. Untuk ukuran label tanpa kalimat penegasan memiliki lebar 100 mm dan panjang 117 mm.

II.4 Kuesioner

Berdasarkan hasil penelitian melalui kuisioner online yang disebar di wilayah kota Bandung pada tanggal 2 Maret 2017 dengan jumlah responden sebanyak 56 orang, didapat hasil sebagai berikut;,

1.Umur

Dari hasil yang didapatkan dalam kuisioner yang telah dilakukan , hasilnya yaitu Umur/usia yang mengisi kuisioner tersebut rata-rata adalah berusia 21 tahun.

2.Jenis kelamin

Dari hasil yang didapatkan dalam kuisioner yang telah dilakukan, hasilnya yaitu pada perempuan mendapatkan 52,8% & Laki-laki 48,2%.

3.Apakah anda mengetahui Produk tjampolay ?

Dari hasil yang didapatkan dalam kuisioner yang telah dilakukan, hasilnya yaitu rata-rata responden mengetahui produk tjampolay ,sekitar 77% mengetahui produk tjampolay & 23% yang tidak mengetahui produk tjampolay.

4.Apakah anda pernah mencoba Siroop Tjap Buah Tjampolay?

Dari hasil yang didapatkan dalam kuisioner yang telah dilakukan, hasilnya yaitu rata-rata responden pernah mencoba Siroop Tjap Buah Tjampolay, sekitar 75% responden pernah mencoba Siroop Tjap Buah Tjampolay & 25% yang belum pernah mencoba.

5.Apakah anda tahu tempat Produksi Siroop Tjap Buah Tjampolay?

Dari hasil yang didapatkan dalam kuisioner yang telah dilakukan, hasilnya yaitu rata-rata responden tidak mengetahui tempat produksi Siroop Tjap Buah Tjampolay ini, Sekitar 61,1% responden yang tidak mengetahui tempat produksi

Siroop Tjap Buah Tjampolay ini & 36% yang mengetahui tempat produksi Siroop Tjap Buah Tjampolay

6.Jika tahu, di daerah mana ?

Dari hasil yang didapatkan dalam kuisioner yang telah dilakukan, hasilnya yaitu rata-rata responden tidak mengetahui tempat produksi Siroop Tjap Buah Tjampolay, tetapi ada sekitar 13% yang mengetahui yaitu di Cirebon.

7.Apakah anda tahu bentuk kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay?

Dari hasil yang didapatkan dalam kuisioner yang telah dilakukan, hasilnya yaitu rata-rata responden mengetahui kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay, Sekitar 71,1% responden yang mengetahui kemasan produksi Siroop Tjap Buah Tjampolay & 22% yang tidak mengetahui kemasan produksi Siroop Tjap Buah Tjampolay.

8.Menurut anda,kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay apakah sudah baik ?

Dari hasil yang didapatkan dalam kuisioner yang telah dilakukan, hasilnya yaitu rata-rata responden merasa kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay sudah cukup baik, Sekitar 45,7% responden yang merasa kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay sudah cukup baik , sekitar 22,9% responden yang merasa kemasan sirop tjampolay kurang baik & 31,4% yang masih merasa ragu dengan kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay.

9.Alasan !

Dari hasil yang didapatkan dalam kuisioner yang telah dilakukan, hasilnya yaitu seimbang antara baik & kurang, sama yaitu 5,6%.

10.Menurut anda,kemasan sirop tjampolay apakah harus di perbaharui ?

Dari hasil yang didapatkan dalam kuisioner yang telah dilakukan, hasilnya yaitu lebih condong di perbaharui yaitu sekitar 61,1% responden memilih harus di perbaharui & 38,9% juga yang memilih harus tetap dipertahankan.

II.5 Resume

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah dilakukan, hasil yang dapat disimpulkan yaitu, Kemasan sangat berperan penting dalam sebuah produk karena dengan kemasan produk tersebut akan menjadi ciri khas tersendiri bagi setiap produk tersendiri, pada kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay ini kesimpulan yang didapatkan yaitu 60% orang-orang ingin memperbaharui kemasan karena karena persaingan pasar semakin ketat sehingga dengan pembaharuan kemasan akan meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli produk sirop tjampolay.

II.6 Solusi Perancangan

Berdasarkan dari hasil analisa melalui kuesioner dan latar belakang masalah di atas yang didapatkan guna membuat solusi perancangan yaitu merancang ulang kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay, selain karena agar terbaharui perancangan kemasan ini juga diharapkan menaikan citra Siroop Tjap Buah Tjampolay ini sebagai produk yang legenda tetapi tetap modern dan tidak tertinggal jaman.