BAB II
TINJAUAN MENGENAI PRODUK LIWET INSTAN 1001

II.1 Produk Nasi Liwet Instan

II.1.1 Nasi Liwet

Nasi Liwet adalah makanan khas dari beberapa daerah di Indonesia khususnya di pulau Jawa. Meskipun memiliki istilah yang sama, ternyata nasi liwet di satu daerah berbeda dengan nasi liwet di daerah lainnya. Pertama nasi liwet dari kota Solo, menurut Sukmana (2015), Nasi Liwet khas tradisional kota Solo berupa nasi gurih yang dimasak dengan kelapa seperti nasi uduk lalu disajikan dengan sayur labu siam, potongan kecil daging ayam, serta *areh* (semacam bubur gurih dari kelapa) di piring yang terbuat dari daun pisang. Di Solo nasi liwet dijajakan keliling oleh ibu-ibu tiap pagi atau dijual di warung lesehan.

Berbeda dengan nasi liwet khas kota Solo yang ditanak dengan kelapa, nasi liwet di daerah Sunda adalah nasi yang ditanak menggunakan kastrol dengan menambahkan berbagai bumbu seperti garam, sedikit minyak goreng, bawang, daun salam, dan daun serai. Lauk yang disajikan bersama nasi liwet ini umumnya tahu, tempe, ikan asin atau ayam goreng, lalapan, serta sambal. Nasi liwet di daerah Sunda disajikan diatas hamparan daun pisang secara menyebar lalu disantap bersama-sama.

II.1.2 *Ngaliwet* Sebagai Bentuk Kebiasaan Orang Sunda

Ngaliwet merupakan istilah yang digunakan orang Sunda yang berarti makan bersama yang umumnya dilakukan di akhir pekan dengan menu makanan nasi liwet. Sementara itu menurut Burhanudin (2013) dalam artikel yang dimuat di Kompasiana, di Jawa Timur, *"Ngaliwet* atau *Ngliwet* hanya istilah untuk memasak nasi yang paling simple dengan sekali meletakkan panci diatas api hingga nasi masak dan pada prosesnya tanpa ada tambahan bumbu apa-apa".

Dilihat dari menu yang disajikan dan dari caranya, ngaliwet adalah sebuah kebudayaan masyarakat Sunda yang menunjukkan kesederhanaan dan kebersamaan.

Sekelompok orang yang akan melakukan kebiasaan ngaliwet ini sebelumnya harus patungan untuk membeli bahan – bahan untuk memasak nasi liwet. Membeli bahannya pun dilakukan bersama-sama. Selain membeli, patungan ini juga dapat dilakukan dengan tiap orang menyumbang bahan-bahan mentah. Setelah semua bahan terkumpul, memasak nasi liwet dilakukan bersama-sama, biasanya di rumah salah satu peserta ngaliwet. Setelah nasi liwet dan semua lauk matang, makanan ini pun disajikan menyebar diatas lembaran daun pisang yang dihamparkan diluar ruangan atau di teras rumah kemudian sekelompok orang duduk mengelilingi sajian tersebut dan memakannya bersama-sama.

II.1.3 Makanan Instan

Makanan instan adalah makanan yang penyajiannya sangat sederhana dan tidak memerlukan waktu yang lama. Menurut Hawk (2013), makanan instan umumnya mengacu pada makanan belum masak yang memerlukan sedikit persiapan sebelum memakannya. Hal ini cenderung menyertakan makanan yang sudah dikeringkan dan hanya membutuhkan penambahan air untuk menyiapkannya.

Konsep dari produk makanan instan terlahir dari kebutuhan masyarakat yang ingin serba cepat. Sebagian masyarakat tidak lagi memiliki waktu untuk menyiapkan makanan secara tradisional tetapi tetap ingin makanan yang enak dan bergizi. Beberapa makanan instan memiliki reputasi negatif diantaranya harga yang mahal dan sarat akan penggunaan pengawet.

Kategori makanan instan yang mudah diproduksi dan dikemas adalah produk yang berhubungan dengan biji-bijan seperti *oatmeal*, sereal, dan mie. Hal ini dikarenakan bahan makanan tersebut dapat secara alami disimpan dalam kemasan kedap udara untuk menjaga kualitasnya, selain itu penyajiannya pun cukup dengan menambahkan air panas atau susu.

Selain itu, minuman seduh yang berupa serbuk juga dikategorikan kedalam makanan instan. Contohnya kopi instan yang tidak memerlukan persiapan kopi standar, kopi

instan siap minum dalam waktu kurang dari 1 menit hanya dengan menambahkan air panas.

Berdasarkan artikel yang ditulis oleh Cyprus (2013), makanan instan yang dikenal dengan sebutan *TV Dinner* atau *Frozen Dinner* adalah makanan kemasan yang berisi menu hidangan makan malam diantaranya daging, sayuran, makanan penutup, pasta, dan produk biji-bijian lainnya. Diperkenalkan di pasar di Amerika Serikat pada tahun 1945 dan pada tahun 1954 telah terjual sebanyak 2.500.000 produk *Frozen Dinner.*

Makanan instan pun muncul jenis lainnya pada akhir 1960-an awal 1970-an di Amerika Serikat dengan sebutan *the portable Meal Ready to Eat* atau disingkat MRE. MRE disiapkan untuk tentara militer Amerika Serikat, dan astronot dalam misi *US Apollo.* Variasi dari MRE kini dimasukan kedalam persediaan di sekoci kapal sebagai makanan darurat yang disiapkan oleh PBB untuk perlindungan dan dalam bentuk *Kosher* atau Halal untuk mengakomodasi sistem kepercayaan Yahudi dan Islam.

II.1.4 Oleh-Oleh Makanan Khas Daerah

Oleh-oleh adalah sesuatu yang dibawa oleh wisatawan dari bepergian untuk disimpan atau diberikan kepada kerabatnya sebagai sebuah kenang-kenangan terkait dengan tempat asal benda tersebut. Menurut sebuah artikel mengenai oleh-oleh makanan khas daerah yang ditulis oleh Ilham (2017), dalam hal makanan, oleh-oleh berkaitan dengan makanan yang khas dari suatu daerah. “Makanan jenis oleh-oleh seharusnya telah ada sejak lama, diwariskan secara turun-temurun dan memiliki sejarah mengapa mereka bisa disebut oleh-oleh”. Menurut Ridwan (2016), makanan khas daerah adalah makanan yang biasa di konsumsi di suatu daerah. Karakter masakan di suatu daerah biasanya mencerminkan karakter masyarakatnya.

II.1.5 Produk

II.1.5.1 Pengertian Produk

Produk menurut Kotler dan Amstrong (seperti dikutip Sitompul, 2011). “Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen*”*.

Produk Menurut Assael, (seperti dikutip Sitompul, 2011). “Produk adalah sekumpulan atribut berwujud dan tidak berwujud yang mencakup unsur-unsur kemasan, warna, harga, kualitas, dan merek serta pelayanan dan reputasi penjual”.

Menurut Tjiptono (2015) “secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas ‘sesuatu’ yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli”.

Dari ketiga pengertian produk tersebut, dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen yang bisa berupa benda dan jasa atau pelayanan yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Setiap produk memiliki manfaat atau kegunaan yang berbeda, dari manfaat yang ditawarkan konsumen bersedia membayar demi terpenuhinya kebutuhan atau keinginan. Produk juga dilengkapi dengan unsur-unsur atribut produk yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam memutuskan pembelian oleh konsumen.

II.1.5.2 Unsur-unsur Atribut Produk

Menurut Tjiptono (seperti dikutip dari situs www.ilmu-ekonomi-id.com, 2016), “atribut produk adalah unsur-unsur yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen”. Unsur-unsur tersebut yaitu merek, kemasan, pemberian label, layanan, dan jaminan.

1. Merek

   Merek adalah nama atau simbol yang menjadi identitas bagi sebuah produk. Suatu produk dapat dikenali, dibedakan dari produk lain, dan diingat oleh konsumen melalui mereknya. Maka dari itu merek menjadi salah satu unsur atribut produk yang sangat penting. Definisi merek menurut versi American Marketing Association (AMA) seperti dikutip Tjiptono (2015) adalah "Nama, istilah, tanda, symbol atau desain, atau kombinasi diantaranya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membedakannya dari barang dan jasa para pesaingnya".

2. Kemasan

   Kemasan adalah bagian terluar dari suatu produk yang merupakan wadah atau pembungkus dari produk tersebut. Menurut Kotler (seperti dikutip Heryanto, 2004) kemasan terdiri dari tiga tingkatan, yaitu:

a. *Primary Package*, adalah kemasan yang berfungsi untuk melindungi produk secara langsung.
b. *Secondary Package*, adalah bahan yang melindungi kemasan primer dan yang dibuang jika produk itu akan digunakan.
c. *Shipping Package*, adalah kemasan yang diperlukan selama proses pendistribusian berlangsung.

Menurut sebuah karya tulis ilmiah yang ditulis oleh Sitompul (2011), tujuan digunakannya kemasan antara lain meliputi:

- Sebagai pelindung isi (*protection*), misalnya dari kerusakan, kehilangan, berkurangnya kadar/isi, dan sebagainya.
- Untuk memberikan kemudahan dalam penggunaan (*operating*), misalnya supaya tidak tumpah, sebagai alat pemegang, mudah menyemprotkannya (seperti obat nyamuk, parfum), dan lain-lain.
- Bermanfaat dalam pemakaian ulang (*reusable*), misalnya untuk diisi kembali (*refill*) atau untuk wadah lain.

- Memberikan daya tarik (*promotion*), yaitu aspek artistik, warna, bentuk, maupun desainnya.
- Sebagai identitas (*image*) produk, misalnya berkesan kokoh/awet, lembut, atau mewah.
- Distribusi (*shipping*), misalnya mudah disusun, dihitung, dan ditangani.
- Informasi (*labeling*), yaitu menyangkut isi, pemakaian, dan kualitas.
- Sebagai cermin inovasi produk, berkaitan dengan kemajuan teknologi dan daur ulang.

3. Pemberian Label

   Label adalah keterangan penting mengenai suatu produk yang dicantumkan pada kemasan produk tersebut. Menurut Peraturan Perundangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 pasal 1 ayat 3, *"*Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan*"*.

   Umumnya ada lebih dari satu label yang tertera pada sebuah kemasan suatu produk. Menurut Stanton (seperti dikutip situs Ilmu Ekonomi-ID, 2016) secara garis besar terdapat tiga macam label yaitu:

a. *Brand label*, yaitu nama merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
b. *Descriptive label*, yaitu label yang memberikan informasi obyektif megenai penggunaan, konstruksi/penggunaan, perawatan/perhatian dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
c. *Grade label*, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk (product's judged quality) dengan suatu huruf, angka, atau kata. Di Amerika misalnya, buah persik dalam kaleng diberi label kualitas A, B, dan C, sedangkan jagung dan gandum diberi label 1 dan 2.

4. Layanan Pelengkap

   Layanan terbagi menjadi dua yaitu layanan sebagai produk inti, dan layanan sebagai pelengkap produk inti. Umumnya pada sebuah produk tertera nomor telepon layanan

konsumen atau *customer-service* yang dapat dihubungi oleh konsumen. Layanan ini merupakan layanan pelengkap produk inti. Menurut Tjiptono (seperti dikutip situs pendidikanekonomi.com. 2013) "Layanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya". Bentuk layanan yang dapat ditawarkan bermacam-macam. Masih menurut Tjiptono (2015), layanan tersebut diantaranya garansi, jaminan, pelatihan penggunaan produk atau jasa, konsultasi teknis, fasilitas pengiriman, instalasi, reparasi, informasi berkala, gratis suku cadang, peluang modifikasi produk tanpa biaya tambahan, dan seterusnya.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa jaminan adalah tanggung jawab produsen atau penjual terhadap konsumen atas produk yang dibuat atau dijualnya apabila terjadi kerusakan atau ketidaksesuaian produk dengan yang seharusnya. Jaminan bisa disebut juga sebagai garansi.

II.1.5.3 Unsur-unsur Bauran Pemasaran

Menurut Kotler & Armstrong (seperti dikutip Ghazzan, 2014)**,** "Bauran pemasaran atau marketing mix adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, produk, harga, distribusi, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran". Dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan respon atau tanggapan yang diinginkan dalam target pasar. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, unsur bauran pemasaran terdiri dari produk (*Product*), harga (*Price*), distribusi (*Place*), dan promosi (*Promotion*). Keempat unsur tersebut kemudian disingkat menjadi 4P.

- *Product*

  Menurut Tjiptono (2015), "Produk adalah pemahaman subyektif produsen atas 'sesuatu' yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar". Dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen yang bisa berupa

benda dan jasa atau pelayanan yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

- *Price*

  Menurut Grewal dan Levy (2008) melalui Tjiptono (2015), harga adalah pengorbanan yang bersedia dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkannya. Pengorbanan tersebut biasanya berupa uang yang harus dibayarkan serta pengorbanan lainnya seperti waktu, transportasi, pajak, biaya pengiriman, dan seterusnya.

- *Place*

  Place atau distribusi menurut Tjiptono (2015) mengacu pada berbagai aktifitas yang mempermudah penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan.

- *Promotion*

  Menurut Tjiptono (2015), "Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan". Mengacu pada pengertian tersebut maka disimpulkan bahwa promosi adalah suatu cara untuk memperkenalkan produk, mengajak orang untuk membeli produk perusahaan, dan sebagai pengingat merek dan produk perusahaan.

II.2 Liwet Instan 1001

II.2.1 CV. Seribusatu sebagai Produsen Liwet Instan 1001

Gambar II.1 Logo CV. Seribusatu
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu

CV. Seribusatu atau 1001 adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang beras yang terletak di kecamatan Samarang, kabupaten Garut. Beras yang dihasilkan oleh CV. Seribusatu hanya beras Garut. Beras yang diproduksi mulanya didapat dari pembelian gabah dari petani yang dibina oleh CV. Seribusatu, gabah tersebut kemudian dijemur, diolah, dikemas lalu didistribusikan. Tempat produksi beras 1001 terletak di Jalan Raya Kamojang KM.1 Desa Samarang, Garut dengan luas pabrik 1 hektar. Pabrik Seribusatu kurang lebih memiliki 65 orang karyawan dengan kapasitas produksi beras curah mencapai 9 ton per hari. Untuk produksi Liwet Instan 1001 dan Nasi Uduk Warna 1001 dapat mencapai 3.000 *pack* per hari, kurang lebih terpakai 15 kwintal dari beras curah yang diproduksi oleh Seribusatu.

Untuk memasarkan produknya, saat ini terdapat 3 outlet dan 1 restoran yang dimiliki oleh CV. Seribusatu yang berada di daerah Garut. Selain memasarkan produknya melalui outlet tersebut, CV. Seribusatu juga berpartisipasi dalam pameran, melakukan penjualan melalui *reseller*, toko oleh-oleh, dan juga pasar modern.

II.2.2 Liwet Instan 1001

Liwet Instan 1001 adalah salah satu produk makanan instan yang diproduksi oleh perusahaan beras CV. Seribusatu. Liwet Instan 1001 merupakan pelopor produk liwet instan yang pertama kali diperkenalkan di tahun 2011 oleh Andris Wijaya selaku pemilik CV. Seribusatu.

Liwet Instan 1001 ini hanya memerlukan penambahan air untuk memasaknya dan proses memasaknya pun cepat dan sederhana. Terdapat tujuh jenis varian rasa Liwet Instan 1001 yaitu Original, Jambal, Teri, Cumi, Jengkol, Pete, dan Liwet Instan 1001 Spicy Edition. Nasi Liwet Instan ini tersedia dalam 2 pilihan kemasan yaitu 250 gram dan 500 gram. Berikut adalah gambar seluruh varian Liwet Instan 1001 dalam 2 pilihan kemasan tersebut:



(a) (b)

Gambar II.3 Liwet Instan Original 250 gram dan 500 gram
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu



(a) (b)

Gambar II.4 Liwet Instan Jambal 250 gram dan 500 gram
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu



(a) (b)

Gambar II.5 Liwet Instan Teri 250 gram dan 500 gram
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu



(a) (b)

Gambar II.6 Liwet Instan Cumi 250 gram dan 500 gram
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu



(a) (b)

Gambar II.7 Liwet Instan Jengkol 250 gram dan 500 gram
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu



(a) (b)

Gambar II.8 Liwet Instan Pete 250 gram dan 500 gram
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu



Gambar II.9 Liwet Instan Pedas 1001
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu

Liwet Instan ini memudahkan orang-orang untuk memasak nasi liwet yang umumnya memerlukan waktu cukup lama. Dengan Liwet Instan 1001 ini nasi liwet dapat disajikan dalam waktu kurang lebih 15 menit.



(a) (b)

Gambar II.10 Salah satu *Outlet* CV. Seribusatu
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Harga Liwet Instan 1001 kemasan 250gram berkisar Rp25.000,- dan Rp35.000 untuk kemasan 500gr. Produk ini dipasarkan melalui outlet resmi Seribu Satu, *reseller,* toko oleh-oleh, hingga pasar modern. Distributornya tersebar di beberapa kota diantaranya Bandung, Jakarta, Bogor, Tanggerang, Bekasi, Sukabumi, Jawa Tengah, dan Jawa Timur untuk di wilayah nasional. Nasi Liwet Instan 1001 ini juga dikirim ke luar negeri diantaranya Dubai, Amerika, Australia, dan beberapa negara lainnya.



Gambar II.11 Kemasan Liwet Instan 1001 khusus Amerika
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribu Satu



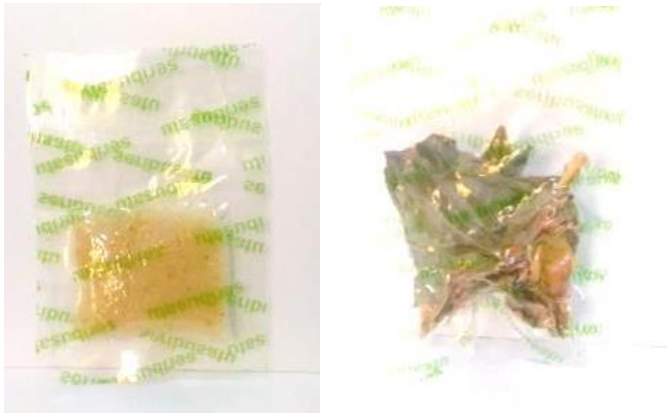
(a) (b)

Gambar II.12 Kemasan Liwet Instan 1001 khusus Dubai
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribu Satu

II.2.2.1 Komposisi dan Cara Penyajian Liwet Instan 1001



Gambar II.13 Beras dalam kemasan Liwet Instan 1001
Sumber: Dokumentasi Pribadi



(a) (b)

Gambar II.14 Bumbu dan rempah-rempah dalam kemasan Liwet Instan 1001
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar II.15 Bubuk cabai dalam kemasan Liwet Instan 1001
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Komposisi yang tertera pada kemasan Liwet Instan 1001 adalah Beras, Bumbu, Rempah-rempah, dan MSG. sedangkan di kemasan lainnya tertulis Beras, Bumbu (Garam, Gula, Bawang Putih, Bawang Merah, Ekstrak Protein Kedelai, Lada), Bawang Merah, Daun Salam, Serai, dan Lengkuas. Di dalam kemasan terdapat satu bungkus bumbu, satu bungkus rempah-rempah kering yang di *vacum*, satu bungkus minyak goreng, serta satu bungkus beras yang isi bersihnya sesuai dengan yang tertera di kemasan. Beras yang digunakan pada Liwet Instan 1001 adalah beras dari varietas padi Sarinah dari populasi beras unggul khas Garut yang memiliki tekstur nasi pulen, warnanya putih tanpa pemutih, tahan lama di *rice cooker*, dan tidak berbau.



Gambar II.16 Beras, bumbu, dan rempah-rempah dalam *rice cooker*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Cara penyajian Liwet Instan 1001 ini sangat sederhana. Beras dan bahan-bahan lainnya dimasukkan ke dalam panci alumunium lalu tambahkan air sesuai dengan takaran beras misalnya 600ml untuk 250gram beras. Beras dalam Liwet Instan 1001 ini tidak perlu dicuci karena sudah melalui 3 kali proses penggilingan dan penyaringan. Kemudian aduk semua bahan hingga bumbunya larut dan merata. Liwet Instan 1001 siap untuk dimasak. Dengan teknologi saat ini, memasak Liwet Instan bisa lebih praktis dengan menggunakan mesin penanak nasi atau *Rice Cooker*.



Gambar II.17 Liwet Instan 1001 yang sudah ditanak
Sumber: Dokumentasi Pribadi

II.2.2.2 Varian Rasa Liwet Instan 1001

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, Liwet Instan 1001 memiliki 7 varian rasa termasuk Liwet Instan *Spicy Edition* atau Liwet Instan Pedas 1001. Dari ke tujuh varian rasa tersebut masing-masing memiliki tambahan komposisi yang berbeda

diantaranya tambahan jambal kering untuk Liwet Instan 1001 rasa Jambal, ikan teri untuk Liwet Instan 1001 rasa Teri, cumi-cumi kering untuk Liwet Instan 1001 rasa Cumi, jengkol kering untuk Liwet Instan 1001 rasa Jengkol, petai kering untuk Liwet Instan 1001 rasa Pete, dan bubuk cabai untuk Liwet Instan Pedas 1001.

II.2.2.3 Kemasan Liwet Instan 1001

Sebagai sebuah produk, Nasi Liwet Instan 1001 tentu dilengkapi dengan kemasan. Ukuran kemasan Nasi Liwet Instan terdiri dari dua macam yaitu kemasan berisi 250 gram beras dan kemasan berisi 500 gram beras. Kemasan berbentuk balok yang terbuat dari kertas karton. Cara membuka kemasan adalah dengan menyobek bagian yang terdapat garis putus-putus di bagian atas kemasan.



(a) (b)

Gambar II.18 Bagian Depan Kemasan Liwet Instan 1001
Sumber: Dokumentasi Pribadi



(a) (b)

Gambar II.19 Bagian Samping Kanan Kemasan Liwet Instan 1001
Sumber: Dokumentasi Pribadi



(a) (b)

Gambar II.20 Bagian Samping Kiri Kemasan Liwet Instan 1001
Sumber: Dokumentasi Pribadi



(a) (b)

Gambar II.21 Bagian Atas Kemasan Liwet Instan 1001
Sumber: Dokumentasi Pribadi



(a) (b)

Gambar II.22 Bagian Samping Kanan Kemasan Liwet Instan 1001
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setiap kemasan dilengkapi dengan ilustrasi dan beberapa label diantaranya:

1. Logo

   Pada kemasan Nasi Liwet Instan 1001 *Spicy Edition*, logo 1001 terletak dibagian depan kemasan dengan ukuran yang besar dan warna logonya menyesuaikan warna kemasan yaitu hitam dan merah. Selain logo pada bagian depan, logo 1001 juga dapat ditemukan di bagian atas dan belakang kemasan dengan ukuran yang jauh lebih kecil dan warna logonya pun sesuai dengan warna logo asli yaitu kuning dan hijau.

   Sementara itu pada kemasan Nasi Liwet Instan 1001 lainnya, logo 1001 terletak di kedua bagian samping dan bagian atas kemasan dengan ukuran yang kecil dan warnanya tidak berubah.

2. Nama Produk

   Pada kemasan Nasi Liwet Instan 1001 *Spicy Edition*, nama produk tercantum di bagian belakang kemasan. Sedangkan pada Nasi Liwet Instan 1001 lainnya nama produk tercantum di bagian depan kemasan.

3. Jenis Produk

   Informasi mengenai jenis produk yaitu liwet instan pada kemasan Nasi Liwet Instan 1001 Spicy Edition tercantum pada bagian belakang kemasan. Sedangkan pada kemasan Nasi Liwet Instan 1001 lainnya dapat ditemukan dibagian depan kemasan.

4. Label Halal

   Logo halal pada kemasan Nasi Liwet Instan 1001 tercantum di bagian depan kemasan, tepatnya di sudut kanan atas baik pada kemasan Nasi Liwet Instan 1001 Spicy Edition maupun varian lainnya.

5. Berat Netto

   Informasi mengenai berat bersih atau berat netto tertera di bagian depan, sudut bawah kiri kemasan seluruh varian Nasi Liwet Instan 1001.

6. Perizinan

   Nasi Liwet Instan 1001 memiliki izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dengan nomor izin PIRT 2153205020075-18. Nomor izin ini tertera pada bagian belakang kemasan seluruh varian Nasi Liwet Instan 1001.

7. Penjelasan Produk

   Penjelasan mengenai produk tidak tertera pada Nasi Liwet Instan 1001 Spicy Edition. Sedangkan pada kemasan Nasi Liwet Instan 1001 lainnya dapat ditemukan dibagian atas kemasan.

8. Cara Penyajian

   Untuk cara penyajian, pada kemasan Nasi Liwet Instan 1001 Spicy Edition terdapat pada bagian atas. Sedangkan pada kemasan Nasi Liwet Instan 1001 lainnya terdapat pada bagian belakang kemasan. Cara penyajian tersedia dalam dua bahasa yaitu Indonesia dan Inggris.

9. Tanggal Kedaluwarsa

   Tanggal kedaluwarsa tertera pada bagian samping kanan untuk kemasan Liwet Instan Pedas 1001. Sedangkan pada kemasan Liwet Instan 1001 lainnya terletak pada bagian belakang kemasan.

10. *Barcode*

    Barcode tertera pada samping kiri kemasan baik pada kemasan Liwet Instan Pedas 1001 maupun pada kemasan Liwet Instan 1001 lainnya.

11. Komposisi

    Komposisi utama Liwet Instan 1001 adalah beras, bumbu (garam, gula, bawang putih, bawang merah, ekstrak protein kedelai, lada), bawang merah, daun salam, serai, dan lengkuas. Terdapat perbedaan komposisi yang tertulis pada kemasan Liwet Instan 1001. Pada beberapa kemasan tertulis Beras, Bumbu, Rempah-rempah, dan MSG. Komposisi Liwet Instan 1001 terletak di samping kanan kemasan.

12. Alamat dan Keterangan Produsen

    Alamat produsen tidak tertera pada kemasan, yang tercantum adalah alamat website dan email Liwet Instan 1001 yaitu www.liwet1001.com dan liwetinstan@gmail.com yang terletak dibagian belakang kemasan untuk Liwet Instan Pedas 1001, dan di bagian kiri kemasan untuk Liwet Instan 1001 lainnya. Sedangkan keterangan produsen tertera pada bagian belakang seluruh kemasan Liwet Instan 1001.

13. Informasi Nilai Gizi

    Tabel Informasi Nilai Gizi atau *Nutrition Facts* tertera di bagian samping kiri untuk kemasan Liwet Instan Pedas 1001. Sedangkan pada kemasan Liwet Instan 1001 lainnya tabel Informasi Nilai Gizi tertera di bagian belakang.

14. Tampilan Visual

    Liwet Instan Pedas 1001 memiliki warna dominan hitam dan merah, sedangkan Liwet Instan 1001 lainnya memiliki warna dominan yang disesuaikan dengan rasa masing-masing varian. Selain dicantumkan secara tertulis, rasa dari Liwet Instan 1001 juga digambarkan di bagian depan kiri kemasan. Misalnya gambar beberapa ekor ikan teri kering untuk Liwet Instan 1001 rasa ikan teri. Gambar tersebut juga dijadikan latar pada kemasan dengan skala gambar yang lebih besar. Adapun foto nasi beserta bumbu-bumbu yang terletak didalam kastrol terletak di bagian depan kanan kemasan. Selain label dan informasi yang dibahas sebelumnya, pada kemasan Liwet Instan 1001 juga terdapat informasi mengenai beberapa penghargaan yang pernah diraih. Ada pula logo 100% Indonesia dan tulisan 100% Alami. *Font* atau huruf yang digunakan pada kemasan Liwet Instan 1001 ada 2 jenis yaitu *script* dan *sans serif*.

II.2.2.4 Strategi Promosi dan Pemasaran Liwet Instan 1001

Menurut pihak CV. Seribusatu, strategi yang diterapkan oleh perusahaan CV. Seribusatu dalam memasarkan produk Liwet Instan 1001 adalah dengan melakukan berbagai promosi melalui pemasangan iklan berupa spanduk dan reklame disamping jalan raya, mengadakan acara demo memasak nasi liwet, siaran di radio, mengikuti pameran-pameran yang diadakan pemerintah mulai dari tingkat daerah, provinsi, hingga tingkat nasional. Liwet Instan 1001 pun tidak jarang mendapat penghargaan dari pemerintah diantaranya penghargaan Upakarti dan penghargaan Adhikarya Pangan Nasional (APN) tahun 2016. Selain itu, Andris Wijaya selaku pemilik perusahaan juga sering diwawancarai oleh media televisi lokal maupun nasional juga media cetak.

Pendistribusian Liwet Instan 1001 sudah mencapai beberapa kota di Indonesia khususnya di pulau Jawa yaitu Bandung, Jakarta, Bogor, Tanggerang, Bekasi, Sukabumi, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Tidak hanya di Indonesia, produk Liwet Instan 1001 juga dikirim kebeberapa negara diantaranya Amerika, Australia, dan Dubai. Nasi Liwet Instan 1001 dipasarkan melalui:

- Penjualan langsung di outlet-outlet milik Seribu Satu yang terletak di Samarang dan Tarogong, Garut.



Gambar II.23 Toko 1001 – Samarang, Garut
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu



Gambar II.24 Sunda Rasa – Tarogong, Garut
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu



Gambar II.25 Sinar Malayu – Samarang, Garut
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu

- Toko oleh-oleh dan pasar modern. Menurut pihak CV. Seribusatu, Liwet Instan 1001 mulai dipasarkan di minimarket Indomaret sejak Desember 2016.



(a) (b)

Gambar II.26 Liwet Instan 1001 di Toko Oleh-oleh
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu



Gambar II.27 Liwet Instan 1001 di Minimarket
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Partisipasi dalam kegiatan pameran yang diadakan oleh pemerintah.



Gambar II.28 Partisipasi dalam Kegiatan Pameran
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu

- Pemasaran melalui *reseller* dan toko oleh-oleh mobile





(a) (b)

Gambar II.29 Reseller Liwet Instan 1001 dan Toko Oleh-oleh Mobile
Sumber: Dokumentasi Perusahaan CV. Seribusatu

- Penjualan *online* melalui website www.liwet1001.com



Gambar II.30 Tampilan Website Liwet Instan 1001
Sumber: Dokumentasi Pribadi

II.3 Analisis Produk Liwet Instan 1001

Produk Liwet Instan 1001 adalah pelopor nasi liwet instan yang merupakan sebuah inovasi yang memudahkan masyarakat dalam membuat nasi liwet. Liwet Instan 1001 diproduksi oleh CV. Seribusatu untuk kemudian ditawarkan kepada konsumen yang diharapkan dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen akan oleh-oleh khas dari kabupaten Garut yang berupa nasi liwet. Mengacu pada pengertian oleh-oleh makanan khas daerah, nasi liwet sendiri dapat dikategorikan sebagai oleh-oleh khas daerah Jawa Barat. Kemudian karena Liwet Instan 1001 diciptakan oleh pengusaha asal Garut dan diproduksi di kabupaten Garut, maka produk Liwet Instan 1001 memiliki peluang untuk dijadikan oleh-oleh khas kabupaten Garut.

Liwet Instan 1001 dilengkapi oleh atribut-atribut produk diantaranya merek, kemasan, label, dan pelayanan. Pada produk maupun website tidak ditemukan jaminan. Merek produk yang tertera pada kemasan adalah Liwet Instan Seribusatu yang juga termasuk kedalam unsur atribut produk lainnya yaitu *brand label*. Kemasannya terdiri dari kemasan plastik yang membungkus beras, minyak goreng, dan bumbu, kemudian dikemas kembali dalam kotak karton yang berperan sebagai kemasan sekunder. Untuk kemasan yang digunakan untuk proses pendistribusian adalah kardus. Label tertera pada seluruh kemasan baik primer, sekunder maupun *shipping package.* Layanan yang diberikan adalah layanan pembelian secara *online*.

II.3.1 Analisis SWOT Produk Liwet Instan 1001

Untuk mengetahui strategi-strategi yang tepat untuk produk Liwet Instan 1001, maka perlu dilakukan analisis mengenai keunggulan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) yang umumnya disingkat menjadi SWOT. Dari analasis SWOT tersebut kemudian nantinya dapat ditentukan beberapa strategi yang dapat diaplikasikan terhadap produk Liwet Instan 1001. Berikut adalah tabel analisis SWOT dan strategi-strategi yang dapat disimpulkan dari tabel tersebut.

Tabel II.1 Analisis SWOT Produk Nasi Liwet Instan 1001
Sumber: Dokumen Pribadi

Keunggulan: Merupakan pelopor nasi liwet instan; Lebih praktis dibandingkan dengan memasak nasi liwet secara tradisional; Lebih cepat, memasak Nasi Liwet Instan 1001 hanya memerlukan waktu kurang lebih 15 menit; Diawetkan secara alami yaitu dengan cara dikeringkan dan menggunakan kemasan plastik yang di *vacuum* Beras yang digunakan adalah beras Garut pilihan yang sangat khas dan memiliki beberapa keunggulan diantaranya rasanya manis dan pulen, putih, dan mempunyai ketahanan nasi yang lebih lama.	Kelemahan: Harga yang ditawarkan cukup mahal dibandingkan dengan membeli beras curah.
Peluang: Dianggap sebagai inovasi yang baik karena menurut masyarakat dengan adanya Nasi Liwet Instan 1001 ini membuat nasi liwet menjadi lebih praktis; Kerap mendapat penghargaan dari pemerintah;	Ancaman: Adanya produk serupa yaitu Nasi Liwet Instan Kadoet; Masyarakat masih memilih produk lain sebagai oleh-oleh khas Garut; Sebagian masyarakat menganggap rasa nasi liwet instan akan berbeda dengan nasi liwet yang dimasak secara tradisional.

Dari tabel analisis SWOT di atas dapat ditarik empat strategi diantaranya:

- SO (Kekuatan dan Peluang)

  Melihat dari peluang yang ada dan kekuatan produk yang cukup banyak, perusaan dapat mempromosikan apa kekuatan Liwet Instan 1001 kepada target pasar dan dengan begitu maka peluang untuk Liwet Instan 1001 menjadi produk yang laku di pasaran semakin bertambah.
- WO (Kelemahan dan Peluang)

  Melihat dari kelemahan yang ada yaitu mengenai harga dan peluang yang mengindikasikan bahwa dengan adanya Liwet Instan 1001 memasak nasi liwet menjadi lebih praktis, tentu harga yang mahal tersebut akan tertutupi oleh peluang yang ada.
- ST (Kekuatan dan Ancaman)

  Karena Liwet Instan 1001 merupakan pelopor nasi liwet instan, dan produk pesaing jauh lebih kurang dikenal maka Liwet Instan 1001 dapat lebih dikenal oleh masyarakat.
- WT (Kelemahan dan Ancaman)

  Liwet Instan 1001 harus lebih meningkatkan keunggulan yang ditawarkan untuk menutupi kelemahan dan mengalahkan produk pesaing.

II.3.2 Analisis Kemasan Liwet Instan 1001

Kemasan Liwet Instan sudah cukup lengkap dengan pelabelannya. Hanya saja tiap kemasan memiliki perbedaan informasi yang diantaranya terdapat pada komposisi, penjelasan produk, serta logo. Beberapa logo terlihat berbeda walaupun tercantum pada kemasan yang sama, contohnya logo 1001 pada kemasan Liwet Instan 1001 Rasa Ikan Teri di bagian atas kemasan berbeda dengan yang terdapat di bagian samping kemasan. Perbedaan terlihat jelas meskipun hanya terletak pada ketebalan garis luar atau *outline* logo yang berwarna putih.

Untuk warna, kemasan Liwet Instan Pedas 1001 lebih menarik dan memberikan kesan misterius dengan warna hitam dan merah. Tetapi tidak menggambarkan kesan

nasi liwet yang terkesan lebih alami. Sementara itu untuk kemasan lainnya warna kemasan sudah sesuai dengan varian rasa yang ditawarkan.

Ilustrasi pada latar kemasan Liwet Instan 1001 terlihat pecah dikarenakan efek diperbesarnya gambar. Tulisan-tulisan informasi yang terdapat pada kemasan pun dapat terbaca dengan baik.

Cara membuka kemasan yaitu dengan merobek bagian yang telah dipotong putus-putus terkesan memudahkan tetapi informasi yang tertera pada bagian tersebut akan tersobek. Padahal informasi tersebut cukup penting yaitu cara penyajian Liwet Instan 1001 untuk kemasan Liwet Instan Pedass 1001 dan informasi mengenai penjelasan produk untuk kemasan Liwet Instan 1001 lainnya.

II.3.3 Analisis Bauran Pemasaran Liwet Instan 1001

Bauran pemasaran terdiri dari Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi. Bauran pemasaran Liwet Instan 1001:

- Produk (*Product*)

  Liwet Instan 1001 merupakan produk makanan instan yang dalam proses memasaknya hanya perlu penambahan air. Produk ini ditawarkan oleh CV. Seribusatu kepada konsumen untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan akan nasi liwet dengan kelebihan produk lebih praktis dan prosesnya tidak memakan waktu lama.

- Harga (*Price*)

  Harga dari produk ini adalah kisaran Rp25.000,- hingga Rp35.000,-. Harga tersebut sebenarnya wajar mengingat keunggulan yang ditawarkan serta untuk menutupi biaya produksi. Berbeda dengan membeli beras curah yang hanya dikemas dengan plastik atau karung, Liwet Instan 1001 menggunakan kemasan serta label-label yang tentunya untuk mendapatkan hal tersebut diperlukan biaya yang harus dibayarkan produsen

.

- Distribusi (*Place*)

  Pemasaran yang dilakukan sejauh ini sudah sangat baik melihat pendistribusian produk Liwet Instan 1001 dan produk-produk yang diproduksi oleh CV. Seribusatu lainnya dapat menjangkau cukup banyak daerah di Indonesia diantaranya Bandung, Jakarta, Bogor, Tanggerang, Bekasi, Sukabumi, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Selain di Indonesia, produk CV. Seribusatu juga didistribusikan ke beberapa negara diantaranya Amerika, Australia, Dubai, dan beberapa negara lainnya.

- Promosi (*Promotion*)

  Strategi promosi yang dilakukan oleh CV. Seribusatu untuk produknya sepertinya tidak tersampaikan kepada masyarakat di daerah-daerah dimana produk-produk CV. Seribusatu dipasarkan. Hal ini terbukti dari banyaknya masyarakat yang belum mengetahui tentang produk-produk yang diproduksi oleh CV. Seribusatu.

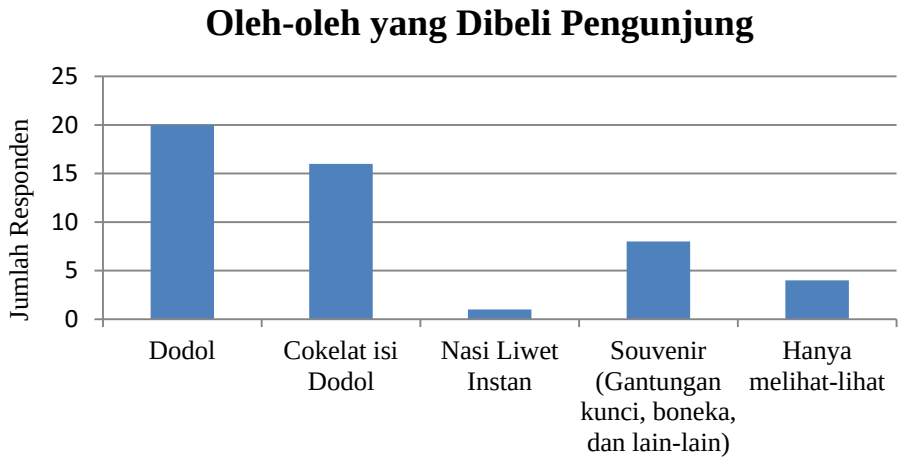
II.3.4 Analisis Data Hasil Kuisioner

Dalam penelitian ini responden yang dipilih adalah masyarakat umum yang berdomisili diluar kota atau kabupaten Garut sebanyak 48 orang. Responden sebagian besar berusia 21 sampai 23 tahun. Sebanyak 42 orang berasal dari kota Bandung, 3 orang dari kota Jakarta dan Bogor, 3 orang lainnya berasal dari luar pulau Jawa.

Dari hasil kuisioner didapatkan sebanyak 85,42% responden pernah mengunjungi kota atau kabupaten Garut. Sebagian besar mengunjungi kota atau kabupaten Garut dengan alasan liburan dan bermain, sebagian lagi mengunjungi keluarga dan atau menghadiri acara.

a. Oleh-oleh yang Dibeli Pengunjung Kabupaten Garut

   Dari semua responden yang mengunjungi kota atau kabupaten Garut, sebanyak 35 orang atau 72,9% mengunjungi toko oleh-oleh dan oleh-oleh yang paling diminati pengunjung adalah Dodol sebanyak 58,82%, kemudian di peringkat ke dua adalah Cokelat isi Dodol 47,06%. Selengkapnya dapat dilihat di gambar 3.39.



Gambar II.31 Grafik Oleh-oleh yang dibeli pengunjung.

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dari data yang ditampilkan terdapat satu orang yang memilih Nasi Liwet Instan sebagai oleh-oleh. Sementara itu sebanyak 5 orang responden mengaku mengetahui Nasi Liwet Instan 1001 dan 43 lainnya tidak mengetahui. 5 orang responden tersebut mengetahui Nasi Liwet Instan 1001 dari pemberian oleh orang lain, melihat dan membeli di toko oleh-oleh, dan mengetahui dari iklan (spanduk atau reklame) Nasi Liwet Instan 1001.

b. Pendapat Responden Mengenai Nasi Liwet Instan

Selain data diatas, responden juga diminta mengemukakan pendapat masing-masing mengenai adanya produk nasi liwet instan. Sebagian besar mengapresiasi produk nasi liwet instan karena praktis, memudahkan dalam memasak nasi liwet terutama bagi yang tidak mengetahui cara membuat nasi liwet, dan lebih menghemat waktu dalam proses memasak. Sebagian lainnya menganggap esensi dari ngaliwet yaitu kebersamaan yang terbentuk dari awal proses membuat nasi liwet atau ngaliwet menjadi hilang karena prosesnya yang instan.

Dari hasil kuisioner tersebut dapat disimpulkan bahwa Nasi Liwet Instan 1001 masih belum diketahui oleh banyak orang, padahal keberadaannya diapresiasi karena kepraktisannya.

Selain kuisioner yang dilakukan terhadap masyarakat luar Garut, dilakukan pula kuisioner terhadap 10 toko oleh-oleh yang terletak di sepanjang jalan Otto Iskandar Dinata, Tarogong, Garut.

Dari jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan mengenai tingkat penjualan dan minat masyarakat terhadap produk Liwet Instan 1001 dapat diketahui bahwa tingkat penjualan Liwet Instan 1001 terbilang cukup rendah karena 6 dari 10 toko bahkan tidak menjual lebih dari 50 *pack* Liwet Instan 1001 dalam kurun waktu 1 bulan. Selain itu, 4 dari 10 toko menjawab bahwa minat masyarakat terhadap Liwet Instan 1001 lebih rendah daripada oleh-oleh lainnya, sedangkan 6 lainnya menjawab minat masyarakat terhadap Liwet Instan 1001 sama dengan produk lainnya.

II.4 Resume

Liwet Instan 1001 adalah pelopor produk nasi liwet instan yang berasal dari kabupaten Garut tepatnya di kecamatan Samarang. Sebagai produk khas dari kabupaten Garut, Liwet Instan 1001 berpeluang untuk menjadi oleh-oleh khas Garut. Produsen Liwet Instan 1001 melakukan berbagai upaya agar produknya dapat dikenal dan diminati oleh masyarakat terutama pengunjung dari luar kota Garut. Namun hingga kini masih banyak masyarakat yang belum mengetahui Liwet Instan 1001 meskipun pendistribusiannya sudah cukup luas. Penelitian ini dilakukan untuk menemukan solusi untuk masalah yang dihadapi oleh produk Liwet Instan 1001 karena sampai saat ini masih jarang masyarakat yang minat terhadap produk ini untuk dijadikan oleh-oleh. Oleh karena itu perlu dibuat media yang dapat menarik perhatian dan minat masyarakat untuk membeli produk Liwet Instan 1001.

II.5 Solusi Perancangan

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas, maka diperlukan solusi berupa media yang dapat menyelesaikan masalah tersebut. Untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk Liwet Instan 1001, solusi yang didapat adalah dengan membuat rancangan berupa *re-design* kemasan yang dapat menarik perhatian masyarakat untuk menjadikan produk Liwet Instan 1001 sebagai oleh-oleh yaitu kemasan yang unik dan memiliki unsur khas kabupaten Garut. Kemasan adalah hal pertama yang dilihat konsumen sebelum menyentuh dan mempertimbangkan untuk membeli produk tertentu. Selain itu kemasan juga dijadikan pembeda bagi suatu produk dengan produk lainnya, terutama saat dipajang di tempat atau rak yang sama. Maka dari itu peranan kemasan yang baik dapat dijadikan solusi bagi Liwet Insan 1001.