BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan jaman kini telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, salah satunya terjadi pada globalisasi perdagangan. Indonesia memiliki banyak potensi dalam pengembangan agribisnis yang dapat menjadi sektor utama dalam pembangunan nasional, potensi tersebut antara lain dapat menyerap tenaga kerja, mendukung perekonomian nasional hingga 45%, menciptakan ketahanan pangan masyarakat, stabilitas ekonomi hingga keamanan nasional, dan memiliki keunggulan sumberdaya melimpah yang mempengaruhi kontribusi nilai ekspor, namun pertanian Indonesia memiliki kendala yakni terdapat produk musiman yang mudah busuk dan memakan tempat. (agritani.id, 12 Februari 2016). Menurut Direktur *SEAFAST Center*, IPB, Prof Nuri Andarwulan, Indonesia juga memiliki tingkat konsumsi buah cukup rendah yakni sekitar 180g/kapita/hari, sedangkan rata-rata dunia telah mencapai 400g/kapita/hari Hal tersebut membuat Indonesia masih harus meningkatkan konsumsi buah secara signifikan.

Dengan adanya masalah tersebut, para pelaku usaha memiliki beberapa solusi, yang menghasilkan beberapa usaha baru yang lebih efektif, yaitu dengan mengolah kembali hasil panen yang mudah busuk menjadi produk yang tahan lama, seperti diolah menjadi keripik, selai, dodol dan lain sebagainya.

Keripik merupakan salah satu cemilan praktis yang banyak ditemukan di pasar, supermarket, dan sebagainya. Keripik merupakan cemilan praktis yang diolah menggunakan teknologi modern ataupun manual menggunakan tangan yang memiliki beberapa variasi, diantaranya ada keripik buah, sayur, umbi-umbian dan lain-lain. Diantara beberapa variasi, keripik buah merupakan salah satu inovasi dalam menghadapi permasalahan terkait pengembangan agribisnis, mengingat bahwa masyarakat Indonesia masih kurang dalam mengkonsumsi buah-buahan.

Hampir semua buah yang ada di Indonesia kini telah diolah menjadi keripik. Salah satu produsen di Kabupaten Batang, Pekalongan, Jawa Tengah yang memproduksi keripik buah yaitu CV Rokhmah Abadi Limpung dan memiliki merek sendiri bernama Qrezz. Produsen ini memproduksi berbagai macam olahan

keripik dari buah segar yang didapatkan secara langsung melalui para petani dari berbagai kota besar seperti Malang, Jawa Timur. Namun ada juga beberapa permasalahan yang muncul yakni produk ini kurang populer di Pekalongan maupun diluar Pekalongan karena tampilan kemasan yang kurang menarik perhatian serta kurangnya pendekatan kepada masyarakat terkait pengenalan produk tersebut. Padahal kemasan sangat berperan penting terhadap penjualan suatu produk, karena kemasan yang baik dan menarik akan memiliki perhatian khusus dari masyarakat dan dapat menaikan citra perusahaan, serta dengan adanya pendekatan khusus yang baik akan lebih terarah dan mudah dalam proses pendistribusian.

Setelah melakukan kegiatan observasi serta wawancara kepada pemilik CV Rokhmah Abadi Limpung yang berada di Kabupaten Batang, disimpulkan bahwa desain kemasan masih menjadi salah satu kekurangan produk yang ingin diperbaiki, serta perluasan sektor pasar menjadi tantangan dan misi produsen karena pemilik ingin produknya dikenal diseluruh Indonesia bahkan hingga keluar negeri, untuk itulah perlu adanya pendekatan khusus kepada masyarakat dalam memperkenalkan produk Qrezz ini agar lebih dekat dan dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat dengan tampilan yang berbeda.

Indonesia memiliki beragam tradisi dan agama, membuat Indonesia memiliki berbagai macam hari besar yang dirayakan oleh umat beragama, seperti idul fitri, natal, dan juga imlek. Pada setiap hari raya, masyarakat pergi untuk mengunjungi keluarga tercinta di kampung halaman bagi yang tinggal diluar kota dan dikenal dengan istilah mudik. Salah satu tradisi yang dilakukan masyarakat ketika mudik atau pulang kampung yakni membawa oleh-oleh, baik itu berupa makanan, pakaian, ataupun barang lainnya yang akan diberikan kepada keluarga maupun kerabat di rumah dari suatu tempat. Tampilan pada kemasan oleh-oleh merupakan suatu cerminan atau ciri khas dari daerah asalnya dan menjadi suatu kebanggaan dalam diri seseorang ketika bisa membeli oleh-oleh untuk dibawa mudik karena memiliki suatu makna dan juga nilai tersendiri.

Pulang kampung dapat dilakukan melalui berbagai macam transportasi, baik itu udara, darat, maupun laut. Namun melihat dari catatan mudik, jumlah pemudik

yang menggunakan transportasi darat yakni kereta api cenderung naik tiap tahunnya, pada 2018 Kemenhub memprediksi akan ada kenaikan penumpang sebesar 5,84 persen untuk penumpang kereta api (nasional.kompas.com, 06 Juni 2018), untuk itulah stasiun kereta api dinilai sebagai salah satu tempat yang efektif untuk memperkenalkan produk Qrezz kepada masyarakat khususnya pada saat menjelang hari raya sebagai oleh-oleh khas Pekalongan.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, dapat di identifikasikan beberapa masalah, antara lain:

- Kemasan yang digunakan pada keripik buah Qrezz kurang menarik perhatian dan produk tersebut tidak popular
- Tampilan pada kemasan oleh-oleh merupakan suatu cerminan atau ciri khas dari daerah asalnya dan menjadi suatu kebanggaan dalam diri seseorang ketika bisa membeli oleh-oleh untuk dibawa mudik

I.3 Rumusan Masalah

Dari hasil identifikasi masalah yang dipaparkan diatas, kemudian didapatkan rumusan permasalahan yakni misi perusahaan untuk dapat dikenal seluruh masyarakat Indonesia belum tercapai, hal tersebut terjadi karena kemasan yang digunakan pada keripik buah Qrezz saat ini kurang menarik perhatian, serta tradisi oleh-oleh dalam masyarakat menjadi suatu kebanggaan dalam diri seseorang.

I.4 Batasan Masalah

Agar perancangan ini dapat dilakukan secara lebih mendalam dan juga fokus pada masalah, maka topik pembahasan hanya berkaitan dengan pengaruh desain visual kemasan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dengan pendekatan hari raya umat beragama yang ada di Indonesia melalui tradisi oleh-oleh.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan yakni:

- Memberi inovasi baru tampilan kemasan spesial hari raya

- Memberi solusi praktis oleh-oleh untuk dibawa mudik

Adapun manfaat yang diharapkan yaitu secara teoritis dan juga praktis.

A. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diharapkan penulisan ini mampu menambah wawasan pembaca, serta menjadi acuan apabila ingin mengenalkan suatu produk kepada masyarakat dengan cara yang berbeda.

B. Manfaat Praktis

- CV Rokhmah Abadi Limpung, yaitu sebagai input masukan tentang desain kemasan keripik buah
- Universitas Komputer Indonesia, yaitu memperkaya hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan desain kemasan, serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian