

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sidoarjo adalah sebuah Kabupaten yang berada di Jawa Timur. Kabupaten Sidoarjo berbatasan langsung dengan Kota Surabaya, Kabupaten Gresik, Kabupaten Bangil, Kabupaten Mojokerto, dan Selat Madura. Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu penyangga Kota Surabaya dan termasuk dalam kawasan Gerbangkertosusila (Gresik, Bangil, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, dan Lamongan). Sidoarjo memiliki ciri khas yaitu udang, hal ini dapat dilihat dari simbol Kabupaten Sidoarjo itu sendiri. Hal tersebut dikarenakan memang Kabupaten Sidoarjo memiliki cukup banyak tambak udang yang hasilnya dapat berkontribusi dalam kegiatan perekonomian masyarakat Sidoarjo.

Udang biasanya dapat dijual mentah atau langsung untuk dikonsumsi masyarakat maupun dijual untuk kepentingan perdagangan lain. Selain dapat dijual secara mentah udang juga dapat diolah menjadi olahan lain seperti kerupuk udang. Olahan-olahan dari udang tersebut menjadi makanan khas dan oleh-oleh khas Kabupaten Sidoarjo. Oleh-oleh khas Kabupaten Sidoarjo sendiri biasanya dijual oleh toko khusus oleh-oleh di Kabupaten Sidoarjo yang jumlahnya cukup banyak dan berada di tengah Kabupaten Sidoarjo, salah satunya adalah Toko “Mitra”.

Toko “Mitra” adalah salah satu toko oleh oleh terbesar yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Toko “Mitra” berada di Jl. Majapahit no. 50, Sidoarjo. Toko “Mitra” berdiri sekitar tahun 2004, toko ini menjual berbagai macam oleh-oleh khas Sidoarjo yang berbentuk mentah maupun matang. Oleh-oleh dalam bentuk mentah antara lain: kerupuk udang pita, kerupuk udang stick,

kerupuk udang manis, kerupuk udang, dan kerupuk sari udang. Toko “Mitra” menjadi salah satu tujuan destinasi wisata oleh-oleh di Kabupaten Sidoarjo karena menjadi salah satu toko oleh oleh yang terbesar dan terlengkap.



Gambar 1.1 Toko Mitra Sidoarjo
(Sumber : www.googlemapsmitrasidoarjo.com)



Gambar 1.2 Display Toko Mitra Sidoarjo
(Sumber : www.googlemapsmitrasidoarjo.com)

Produk Toko “Mitra” memiliki kualitas yang terkenal baik, namun produk Toko “Mitra” memiliki salah satu kekurangan yaitu dari segi kemasan. Produk di industri zaman sekarang selain kualitas rasa produk makanan yang juga dilihat adalah kualitas kemasan produknya yang bagus, sesuai dengan kebutuhan, sehingga membuat nilai produk menjadi naik. Desain kemasan adalah salah satu faktor penting dalam penjualan produk. Apabila bentuk kemasan sesuai dengan kebutuhan produk dan tidak di kreasikan, maka elemen grafis dapat menjadi titik penekanan dan faktor penentu menarik atau tidaknya suatu kemasan. Dhameria Vita (2014:44) mengatakan “Desain kemasan yang baik tidak hanya menarik bila dipajang di rak penjualan, tetapi juga dapat meyakinkan konsumen untuk membeli”.



Gambar 1.3 Produk Kerupuk Udang Stick
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 1.4 Produk Kerupuk Udang Pita
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 1.5 Produk Kerupuk Udang
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Kemasan produk kerupuk udang di Toko “Mitra” terlihat sangat sederhana hanya dengan *packaging* plastik yang diberikan label kertas bertulis nama produk kerupuk produksi Toko “Mitra” untuk kerupuk udang.

Layout kemasan pada produk “Mitra” terlalu biasa dan nampak tidak teratur dalam peletakkan unsur-unsur visual seperti logo, sistem grafis, dan tipografi. Ukuran sistem grafis pada produk “Mitra” terlalu besar dan terlihat seperti pemborosan tempat sehingga membuat informasi yang diberikan terkait pada konsumen sangat minim. Adapun peletakan logo “Mitra” di kemasan juga terlalu besar. Untuk peketan dan ukuran tipografi sendiri kurang tepat, hal ini dapat dilihat dari kemasan terasi udang, pada ukuran *font* dan peletakkannya yang dibawah dan terlalu besar.

Kemasan yang digunakan Toko “Mitra” untuk produk-produknya yaitu kerupuk udang menggunakan kemasan yang sangat sederhana dan tidak menarik dari segi bentuk kemasan. Desain kemasan kerupuk hanya menggunakan plastik bening dan diberi kertas yang berlabel logo Toko “Mitra”, gambar dua udang yang berhadapan dan tidak ada sistem grafis yang berhubungan tentang produk tersebut, hanya bertuliskan nama produk,

berat produk yang terdapat pada produk tersebut, pada produk kerupuk ini hanya dikemas dengan plastik.

Dalam segi visual pada kemasan produk Toko “Mitra” ini terlalu sederhana, sistem grafis hanya menggunakan foto udang yang berhadapan. selain itu, sistem grafis yang ada pada kemasan beberapa kali tidak sesuai dengan isi produk, hal ini ditemukan pada jenis produk kerupuk mawar yang sistem grafisnya bergambar udang.

Bahwa dengan beberapa masalah yang terdapat dalam desain kemasan produk Toko “Mitra” diatas maka muncullah kebutuhan akan suatu desain kemasan yang tepat untuk digunakan Toko Mitra dan dapat membantu *brand awareness* dan minat pelanggan.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari pemaparan latar belakang permasalahan tersebut diatas maka ditemukan berbagai masalah yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan antara lain :

- Desain kemasan produk kerupuk udang terlalu biasa dan kurang menarik secara visual dan juga memiliki layout yang terlalu biasa menurut data yang didapat melalui wawancara konsumen.
- Bentuk kemasan produk kerupuk udang dirasa terlalu sederhana dengan hanya menggunakan plastik dan kertas menurut data yang didapat melalui wawancara konsumen.
- Desain kemasan produk kerupuk udang elemen-elemen pada kemasan kurang menarik dan tidak sesuai dengan zaman sekarang seperti pemilihan font yang dirasa ketinggalan zaman menurut data yang didapat melalui wawancara konsumen.

1.3 Rumusan Masalah

- Bagaimana merancang kemasan produk kerupuk udang Toko “Mitra” Kabupaten Sidoarjo yang fungsional dan menarik secara visual?

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Output perancangan ini adalah kemasan primer dan sekunder untuk produk kerupuk udang dari Toko “Mitra”,
- b. Media pendukung / kemasan sekunder / kemasan tersier.

1.5 Tujuan

- a. Membuat desain kemasan produk kerupuk udang mentah, Toko Mitra menjadi lebih menarik secara visual maupun dalam segi penataan layout.
- b. Membuat bentuk kemasan produk kerupuk udang mentah, Toko Mitra yang menarik dan inovatif secara fungsional.
- c. Membuat bentuk kemasan produk kerupuk udang mentah, Toko Mitra sehingga dapat sesuai dengan perkembangan pasar dan zaman.

1.6 Manfaat

Dalam perancangan Desain Kemasan olahan udang pada produk Toko “Mitra” dapat dibagi menjadi tiga manfaat, yaitu:

1. Menambah wawasan dan khasanah keilmuan dalam praktek mengenai permasalahan desain yang ada dalam industri yang sesungguhnya.
2. Dapat menjadi rujukan desain kemasan untuk keperluan promosi dan *brand awareness* Toko “Mitra” dimasa mendatang.
3. Agar masyarakat lebih memahami pentingnya desain kemasan dalam dunia bisnis makanan atau kuliner.