

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar yang terdiri dari 17.504 pulau dengan populasi mencapai 270.230.917 jiwa pada tahun 2020. Yang dilintasi oleh garis khatulistiwa dan berada diantara benua asia dan australia dan juga samudera pasifik dan hindia. Indonesia memiliki pariwisata yang sangat indah dan juga banyak wisatawan luar negara indonesia yang berkunjung ke Indonesia untuk menikmati alam, adat istiadat, budaya, bahasa, makanan khas di setiap daerah yang memiliki ciri khas masing-masing di daerah tersebut.

Dengan adanya alam yang indah, adat budaya yang masih kental, makanan dan minuman memiki ciri khas disetiap daerah di indonesia Sehingga orang ingin berkunjung ke suatu daerah di Indonesia baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara dikarenakan memiliki keunikan tersendiri di setiap daerah yang ada di Indonesia. Sehingga sektor pariwisata di Indonesia sangat penting dan berdampak bagi pertumbuhan ekonomi pariwisata di Indonesia.

Ada beberapa hal mengapa orang berkunjung ke salah satu daerah yang ada di Indonesia salah satunya ingin mengetahui adat istiadat dan menikmati kuliner yang ada di daerah tersebut, salah satunya daerah Palembang banyak sekali sejarah adat istiadat dan kuliner yang masih kental di daerah ini. kuliner yang paling sering dijumpai yaitu pempek. tetapi tidak hanya kuliner pempek yang ada di Palembang makanan khas di Palembang sangat banyak sekali mulai dari kue, sarapan pagi, jajanan dll.

Tidak hanya makanan, Palembang juga memiliki minuman yang sering diminum oleh orang Palembang pada jaman dahulu. Salah satu minuman favorite orang palembang atau orang pecinta minuman herbal yaitu minuman teh secang. Berbeda dari teh pada umumnya biasanya teh terbuat dari daun sedangkan Teh secang ini terbuat dari serutan kayu pohon

secang. Kayu secang ini banyak sekali manfaat untuk kesehatan tubuh manusia seperti : antibodi, diabetes, disentri dan diare.

Dan juga Minum teh secang ini dapat menghangat tubuh dan diminum diwaktu pagi hari ataupun sore hari. Tetapi teh secang ini sudah jarang sekali di temukan di kota Palembang dan teh secang ini mulai di lupakan. Dengan adanya fenomena tersebut sehingga penulis melihat sekarang banyaknya kecenderungan masyarakat akan cara-cara promosi produk yang efektif dan benar menjadi alasan penulis membantu untuk mengembangkan usaha UMKM salah satu cara dengan membantu membuat produk dapat dikenal oleh masyarakat.

Kemasan bagian terluar dalam suatu produk. Kemasan juga merupakan hal paling penting bagi orang-orang atau produsen untuk membeli suatu produk. Kemasan juga merupakan media promosi tanpa disadari sehingga daya tarik dari sebuah produk adalah kemasan itu sendiri. Orang-orang akan membeli suatu produk jika kemasan itu dapat melindungi makanan, unik dan juga memiliki ciri khas sendiri dan dapat memberikan informasi sehingga desain kemasan sangat penting bagi penjual dalam memasarkan produknya kekonsumen.

Salah satu yang bisa dilakukan oleh pelaku pebisnis untuk memasarkan produknya adalah dengan Adanya media promosi. Dalam promosi salah satu elemen yang dibutuhkan adalah kemasan. Menurut Dupuis Dan Silvia Dalam Yana Dan Ressiani (2020: 161) Desain kemasan merupakan bisnis kreatif yang mengaitkan Bentuk, Struktur, material, warna, elemen-elemen desain lainnya dengan informasi produk agar dapat dipasarkan tidak hanya berfungsi sebagai tempat dimana makanan diletakkan, namun kemasan bisa digunakan untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik untuk membeli produk tersebut.

Persaiang di era modernisasi ini sangatlah ketat produk yang dijual haruslah unik salah satu faktor orang membeli produk dari kemasan sehingga UMKM rumahan harus ikut bersaing dalam mengembangkan

usahanya dengan melakukan pembaharuan kemasan produknya agar bisa bersaing dengan kompetitor lainnya.

Dalam hal inilah menjadi landasan penulis untuk membantu UMKM rumahan agar dapat membantu mengembangkan bisnis usahanya khususnya produk teh secang yang dijual dapat dikenal lagi di masyarakat kota Palembang. Salah satu cara yaitu dengan kegiatan promosi melalui kemasan agar produk tersebut dapat dikenal dengan konsumen. Dengan adanya elemen promosi kemasan yang menarik sehingga produk tersebut memiliki identitas pada produk tersebut itu sendiri.

Banyak bisnis rumahan yang tidak memperhatikan kemasan produknya hanya dibuat sederhana dengan plastik polos tanpa adanya identitas pada produk tersebut. Persaingan bisnis makanan dan minuman sekarang semakin kompetitif dan juga menjadi peluang dan tantangan besar untuk bisnis rumahan.

Faktor penting dalam meningkatkan minat pembeli dengan adanya popularitas atau meliputi branding dan juga pembaruan kemasan dapat juga merangsang daya tarik konsumen untuk membeli produk teh secang ini. Daya tarik produk tidak terlepas dari kemasan sehingga konsumen mendapatkan daya tarik untuk membeli secara visualnya dari segi warna, bentuk, ilustrasi, merk dll.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk menyusun tugas laporan akhir yang berjudul **“PERANCANGAN KEMASAN PENJUALAN TEH SECANG”**. Bertujuan untuk meningkatkan kualitas kemasan minuman dan menjadi media promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini bagaimana cara merancang kemasan teh secang?

1.3 Batasan Masalah

Di karenakan berbagai keterbatasan yang ada, maka penulis akan membatasi ruang lingkup yaitu dengan merancang kemasan di objek TOKO FATMA HASAN AS.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah merancang kemasan Teh secang yang ada di toko Fatma Hasan AS Palembang agar dapat meningkatkan kualitas kemasan teh secang dan menjadikan media promosi yang baik untuk dijadikan produk oleh-oleh.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

1. Manfaat bagi penulis dapat menambah pengetahuan pemasaran pariwisata dan keterampilan dalam komunikasi visual
2. Penulis bisa belajar tentang cara mempromosikan minuman khas orang jaman dulu melalui design kemasan produk minuman yang kreatif.

1.5.2 Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran secara teoritis karena masih sangat jarang perancangan berfokus pada kemasan dalam pengelolaan produk lokal.

1.6 Sistematika penulisan

Sistematika ini dimaksudkan untuk memberikan garis besar mengenai skripsi ini sehingga dapat menggambarkan hubungan antara bab dimana masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-sub secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan laporan ini sebagai berikut

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1. Latar belakang masalah
- 1.2. Rumusan masalah
- 1.3. Batasan masalah
- 1.4. Tujuan penelitian
- 1.5. Manfaat penelitian
- 1.6. Sistematika penullisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1. Landasan teori
- 2.2. Hasil penelitian terdahulu
- 2.3. Kerangka pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

- 3.1. objek penelitian
- 3.2. waktu penelitian
- 3.3 Jenis data
- 3.4. teknik perancangan
- 3.5. ruang lingkup penelitian
- 3.6. alat dan bahan
- 3.7. Tahapan pengerjaan

BAB IV Hasil dan Pembahasan

- 4.1. analisis visual
- 4.2. analisis huruf
- 4.3. analisis warna
- 4.4 perancangan
- 4.5. Hasil
- 4.6. pembahasan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran