

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap daerah di Provinsi Sumatera Selatan memiliki kuliner khas masing-masing. Ogan Ilir merupakan salah satu daerah yang memiliki kuliner khas diantaranya Pindang Meranjat dan Pindang Pegagan. Bahan baku masakan tersebut adalah ikan air tawar. Ikan yang biasa dimasak pindang adalah ikan Baung, Patin, Gabus dan Betok. Saat mengunjungi suatu daerah tentunya seorang wisatawan berharap dapat memperoleh buah tangan khas daerah yang dikunjungi. Budaya membawa oleh-oleh atau buah tangan kemudian memicu setiap daerah untuk memproduksi panganan khas daerah, sehingga bisa membelinya untuk dibawa pulang ke daerah asalnya.

Dalam penelitian Suhartanto (2017: 133) cinderamata memegang peranan penting bagi wisatawan dan industri pariwisata. Pertama, cinderamata cenderung menghidupkan kembali pengalaman yang mereka kumpulkan dari perjalanan. Kedua, cinderamata berpotensi membangun nilai sosial wisatawan (*pride, prestige, and social need*) melalui pembelian untuk diberikan kepada keluarga dan koleganya. Ketiga, miliaran Dolar yang dihasilkan dari perdagangan cinderamata memberikan sumbangan signifikan terhadap perekonomian daerah. Wisatawan merasa bahwa perjalanan tidak lengkap tanpa berbelanja oleh-oleh (Swanson & Timothy, 2017:134). Pentingnya cinderamata bagi wisatawan menuntut para pelaku usaha di daerah untuk menciptakan kreativitas dan inovasi dalam pembuatan oleh-oleh. Produk yang dibuat disesuaikan dengan keunggulan daerah daerah masing-masing agar memiliki ciri khas.

Menurut data Disperindagkopukm (2023), kabupaten Ogan Ilir terdiri dari 35% wilayah perairan dan rawa sehingga mudah untuk menjumpai berbagai jenis ikan air tawar, salah satunya ikan Betok. Karena memiliki banyak duri didalam dagingnya, ikan Betok biasanya hanya diolah menjadi masakan pindang dan ikan asin. Namun saat ini bisnis keripik sedang

menjamur dan banyak digemari karena teksturnya yang renyah dan membuat ketagihan.



Gambar 1.1 Kategori Makanan Ringan Terlaris di *E-commerce* Periode 1-18 Februari 2021

Sumber: <https://compas.co.id/article/makanan-olahan/>

Gambar 1.1 menunjukkan kategori makanan ringan terlaris di Shoope dan Tokopedia periode 1-18 Februari 2021. Dilihat dari volume penjualannya di awal sampai pertengahan Februari tahun 2021, Keripik Kerupuk berhasil mendominasi penjualan di kategori makanan ringan yaitu sebesar Rp 11,2 Miliar. kacang berhasil menempati peringkat kedua dalam kategori makanan ringan di *e-commerce*, dengan total penjualan sebesar Rp 7,5 Miliar. Kemudian, biskuit kue kering menempati posisi ketiga dengan total penjualan sebesar Rp 5,2 Miliar.

Keripik ikan betok merupakan produk yang masih terbilang langka sehingga sulit untuk ditemui. Di Ogan Ilir baru satu industri yang memproduksi keripik ikan ini yaitu di Agrindo karya Saintika milik bapak Apik Budiono. Pemilik menginovasikan ikan Betok kedalam jenis makanan lain yaitu keripik kering yang bisa dimakan bersama dengan tulang dan kepala ikannya. Keripik ini mulai diproduksi pada tahun 2018 dengan nama tempat produksi Agrindo Karya Saintika. Agrindo Karya Saintika adalah kelompok usaha yang bergerak dibidang pertanian dan peternakan. Kelompok ini menyediakan bebek siap potong, bebek karkas, telur bebek, bebek unkep,

bebek presto, ayam ungkep, lele ungkep dan keripik betok yang didistribusikan di wilayah Palembang dan sekitarnya.

Dalam penelitian Nugraha (2015:1) mengungkapkan bahwa dalam penjualan produk makanan diperlukan sebuah kemasan sebagai wadah untuk melindungi produk makanan agar tidak rusak, terutama bila produk makanan tersebut adalah produk keripik yang mudah remuk. Tidak hanya sebagai pelindung, penampilan luar kemasan makanan juga berperan kuat menarik konsumen untuk membeli suatu produk. Pembuatan desain kemasan ini mempertimbangkan beberapa aspek mulai dari bentuk kemasan, struktur, material, warna, jenis huruf, tipografi, dan elemen-elemen lain yang berisi informasi tentang produk agar produk dapat dipasarkan. Menurut Sugiyono (2017:397) desain adalah melakukan sesuatu yang baru atau mengatur sesuatu yang telah ada menjadi sesuatu yang lebih baru guna memuaskan masyarakat.



Gambar 1.2 Kemasan Keripik Betok
Sumber: Dokumentasi Owner Agrindo Karya Sainatika

Gambar 1.2 merupakan kemasan keripik Betok yang digunakan oleh *owner* dalam mendistribusikan produk keripik Betok masih menggunakan kemasan plastik transparan. Kemasan ini akan terlihat lusuh dan kumal dalam beberapa waktu karena produk keripik Betok ini memiliki tekstur yang rapuh sehingga remahan keripik ini akan terlihat memenuhi kemasan. Hal ini akan mengurangi nilai estetika dari produk untuk dijadikan sebagai oleh-oleh.

Selain itu, desain kemasan tidak memiliki ciri khas yang menggambarkan ikan Betok.

Kemasan dapat dikatakan sebagai iklan langsung yang terdapat pada sisi luar dan berisikan informasi tentang produk. Pengemasan produk yang baik dapat secara efektif menonjolkan karakteristik produk, menyesuaikan dengan karakteristik produk, mengadopsi pola pengemasan yang menarik, mencocokkan warna, sehingga dapat membawa dampak visual besar bagi konsumen dan membentuk kesan yang baik terhadap produk (Zhang & Yang, 2021:604).

Fenomena inilah yang menjadikan alasan penulis untuk turut memperkenalkan keripik ikan Betok sebagai oleh-oleh khas kabupaten Ogan Ilir melalui promosi dengan merancang kemasan produk sebagai *brand identity* untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk keripik betok.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk menyusun skripsi yang berjudul **“Perancangan Kemasan Keripik Betok Sebagai Oleh-oleh Khas Ogan Ilir”** sebagai bentuk peningkatan kualitas kemasan agar dapat menjadi salah satu penunjang promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, hal yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana merancang kemasan produk keripik Betok yang baik untuk menarik minat konsumen?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas, maka penulis membatasinya. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah Perancangan kemasan hanya pada produk keripik Betok yang diproduksi oleh Agrindo Karya Saintika yang berlokasi di Ogan Ilir.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk merancang kemasan produk keripik Betok yang baik untuk menarik minat konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan masukan kepada *owner* untuk merancang ulang kemasan yang menggambarkan citra produk.
2. Sebagai *brand identity* keripik betok sehingga dapat tertanam kuat dibenak konsumen.
3. Sebagai media penyampaian informasi produk keripik Betok agar lebih dikenal oleh banyak orang.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai bahan pembelajaran atau referensi terhadap kajian pariwisata terkait pemasaran produk oleh-oleh.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Batasan Masalah
- 1.4 Tujuan Penelitian
- 1.5 Manfaat Penelitian
- 1.6 Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1 Landasan Teori
- 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu
- 2.3 Kerangka Berpikir

BAB III METODE PENELITIAN

- 3.1 Objek Penelitian
- 3.2 Waktu Penelitian
- 3.3 Jenis dan Sumber Data
- 3.4 Teknik Analisis Data
- 3.5 Alat dan Bahan
- 3.6 Tahapan Pengerjaan

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Analisis SWOT
- 4.2 Analisis Strategi Kreatif
- 4.3 Perancangan
- 4.4 Hasil
- 4.5 Pembahasan

BAB V PENUTUP

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran