

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Purbalingga merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang menjadi daya tarik wisatawan baik dari segi obyek wisata, kuliner dan budaya. Banyak dari wisatawan lokal maupun luar daerah yang berkunjung lalu menyempatkan diri untuk membeli oleh-oleh sepulang berwisata. Salah satu tempat oleh-oleh di Purbalingga adalah toko oleh-oleh Mirasa Putra yang berada di desa Kalikabong, Kalimanah Purbalingga.

Mirasa Putra memproduksi beberapa macam kue. Salah satu produk dari Mirasa Putra Purbalingga yang cukup menarik bagi peneliti adalah kue Luntup, dimana menurut *owner* dari Mirasa Putra, kue ini merupakan satu-satunya yang hanya diproduksi di Mirasa Putra Purbalingga. Produk kompetitor dari kue luntup ini justru datang dari kue mino potong, karena dari segi bentuk dan rasa yang hampir serupa. Oleh sebab itu, peneliti menganggap hal tersebut dapat menjadi potensi yang bisa dikembangkan sebagai salah satu produk oleh-oleh khas Purbalingga.

Salah satu cara untuk mengembangkan potensi dari produk luntup spesial adalah dengan melakukan inovasi pada kemasan. Kemasan sendiri merupakan wadah yang berfungsi untuk menyimpan suatu barang atau produk, agar menarik, aman, serta memiliki daya tarik bagi konsumen untuk membeli produk tersebut. Menurut Mukhtar, kemasan dapat menjadi media komunikasi antara konsumen dan produsen dimana kemasan didesain dengan tujuan untuk memberi informasi tentang produk yang dijual [1]. Kemasan juga memiliki fungsi di antaranya agar dapat memberi keamanan bagi suatu produk agar lebih tahan lama, membantu distribusi produk dari produsen kepada konsumen, membuat produk jadi dapat diproduksi masa dan menjadi pemicu untuk konsumen membeli produk tersebut karena kemasan [2].

Secara keseluruhan, kemasan dari produk Mirasa Putra khususnya kue luntup sendiri masih terkesan biasa dan belum mengalami inovasi agar terlihat lebih menarik bagi konsumen. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan inovasi dengan merancang ulang kemasan produk luntup dari Mirasa Putra tersebut agar memiliki daya tarik lebih bagi konsumen, serta agar kue luntup ini lebih dikenal oleh wisatawan maupun konsumen lainnya sebagai salah satu oleh-oleh khas Purbalingga.

Perancangan merupakan suatu proses dalam menghasilkan suatu benda atau produk unggulan yang sesuai dengan minat dan kebutuhan konsumen, dimana hal ini sangat membantu konsumen mengenal lebih dekat produk tersebut [3]. Perancangan ulang yang difokuskan kepada kemasan luntup spesial ini merupakan langkah awal bagi peneliti sekaligus bagi *owner* untuk melihat seberapa jauh keberhasilan dan pengaruh *redesign* dalam meningkatkan nilai jual dari produk Mirasa Putra. Jika inovasi pada kemasan luntup berhasil, maka inovasi perancangan ulang kemasan juga akan dilakukan kepada produk Mirasa Putra yang lainnya.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil tema penelitian yaitu “*Perancangan Ulang Kemasan Luntup Spesial Mirasa Putra sebagai Oleh-oleh khas Purbalingga*”. Penelitian ini akan difokuskan kepada perancangan ulang kemasan yang lebih menarik, serta menambah elemen desain tertentu agar kemasan Luntup Spesial Mirasa Putra memiliki identitas dan dikenal sebagai oleh-oleh khas Purbalingga. Selain itu, peneliti berharap agar perancangan ulang kemasan luntup ini dapat memberi efek positif pada Mirasa Putra Purbalingga agar lebih dapat bersaing dengan produk lain.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana merancang ulang kemasan Luntup Spesial Mirasa Putra Purbalingga agar lebih menarik dan dikenal oleh konsumen sebagai oleh-oleh khas Purbalingga?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk merancang ulang kemasan produk Luntup Spesial Mirasa Putra agar agar lebih menarik dan dikenal oleh konsumen sebagai oleh-oleh khas Purbalingga.

1.4 Batasan Perancangan

Batasan perancangan dari penelitian ini meliputi :

- 1.4.1 Perancangan dilakukan pada produk Mirasa Putra, dengan studi komparasi dari 2 produk kompetitor, produk Dua Gelatik dan produk Bintang Fajar.
- 1.4.2 Perancangan hanya dilakukan pada kemasan produk Luntup Spesial Mirasa Putra, dengan studi komparasi dari produk kompetitor Mino Potong dari Dua Gelatik dan Bintang Fajar.
- 1.4.3 Data yang digunakan berupa data primer berupa hasil wawancara dari beberapa audiens yang bersumber dari para *owner* produk dan beberapa wisatawan yang berkunjung di Purbalingga; serta data sekunder yang bersumber dari jurnal, skripsi, buku referensi dan artikel yang terpercaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, di antaranya adalah sebagai berikut :

1.5.1 Bagi Keilmuan DKV

Manfaat penelitian bagi keilmuan DKV diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan, serta menjadi bahan referensi tentang perancangan ulang kemasan oleh peneliti selanjutnya.

1.5.2 Bagi Institusi

Peneliti berharap agar penelitian tentang perancangan ulang kemasan produk ini memberi manfaat terhadap Institut Teknologi Telkom Purwokerto sebagai bagian dari pengembangan ilmu pengetahuan berbasis teknologi informasi untuk kebermanfaatan dalam bidang industri dan desain.

1.5.3 Bagi Masyarakat

Manfaat penelitian bagi masyarakat diharapkan dapat memberikan kesadaran tentang pentingnya peran dan fungsi desain kemasan produk yang menarik agar lebih dikenal oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan.