

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kerinci merupakan sebuah Kabupaten yang berada di bagian barat Provinsi Jambi. Kabupaten Kerinci dijuluki dengan julukan *sekepal tanah dari surga*. Julukan ini merupakan representasi dari banyaknya jumlah destinasi wisata yang ada di kabupaten kerinci. Adi Rozal (Bupati Kerinci) menegaskan bahwa ada sekitar 75 destinasi wisata yang berada di kabupaten kerinci. Banyaknya objek wisata juga berdampak pada perekonomian masyarakat sekitar, khususnya bagi pelaku UMKM di Kabupaten Kerinci yang memiliki kemampuan untuk memproduksi hasil industri lokal yang dapat dipasarkan sebagai oleh-oleh bagi para wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Kerinci (Febrial,2022).

Kabupaten Kerinci sebagai salah satu tujuan wisata di Provinsi Jambi memiliki potensi hasil olahan pertanian berupa oleh-oleh jajanan khas Kerinci. Salah satu hasil pertanian di Kabupaten Kerinci adalah kopi. Menurut Ervina, M. (2021) mengatakan bahwa Kabupaten Kerinci menjadi salah satu produsen kopi yang ada di Indonesia, hasil produksi kopi di Kabupaten Kerinci bisa mencapai 203 kg/ha.

Sartika Kerinci merupakan nama rumah industri kups Emi Sartika yang berlokasi di HA Tigo Luhah Kemantan, Desa Kemantan Darat, Kecamatan Air Hangat Timur, Kabupaten Kerinci, Jambi. Kups adalah singkatan dari Kelompok Usaha Perhutanan Sosial yang bergerak di bidang pengolahan hasil perhutanan atau perkebunan. Rumah industri ini didirikan pada tahun

2019 dan mulai berkembang pesat sejak tahun 2021. Rumah industri sartika kerinci memproduksi berbagai jenis produk berbahan utama kopi, yaitu kopi ahlan robusta, teh kawa daun laras, keripik daun kopi, keripik kulit manis, dan peyek daun kopi.

Pada tahun 2021 Emi Sartika membuat inovasi baru terhadap hasil pertanian kopi, dengan memanfaatkan daun kopi menjadi produk peyek daun kopi yang dipasarkan sebagai oleh-oleh kabupaten Kerinci. Produksi peyek daun kopi bisa mencapai 20 hingga 200 bungkus setiap kali produksi, jumlah produksi ini tergantung pada permintaan konsumen dan stok dari berbagai pusat oleh-oleh Kerinci. Peyek daun kopi dijual dengan harga mulai dari 10.000 / 100 gram. Meski masih berbasis rumah industri, produk sartika kerinci sudah dipasarkan ke berbagai daerah seperti jambi, batam hingga Jakarta. Emi sartika pemilik rumah industri sartika kerinci berharap agar produk peyek daun kopi bisa menjadi produk unggulan oleh-oleh Kabupaten Kerinci.

Peyek daun kopi merupakan jenis makanan yang unik karena dibuat dengan bahan utama daun kopi dengan cita rasa gurih dan renyah. Namun, sangat disayangkan desain kemasan peyek daun kopi masih belum bisa menambah nilai jual dan menjadi media promosi yang menarik bagi rumah industri tersebut. Kemasan produk peyek daun kopi masih berupa kemasan plastik dengan label produk yang sederhana, sehingga membuat produk terkesan murah dan kurang menarik. Produk dengan kemasan plastik umum dijumpai di pusat oleh-oleh khas kerinci, sehingga menyulitkan konsumen dalam membedakan antara produk sartika dengan produk lainnya. Pada

kemasan peyek daun kopi belum ada penerapan elemen visual didalamnya. Dimana, elemen visual berfungsi sebagai tanda pengenal dan mencakup berbagai informasi penting mengenai produk itu sendiri. Selain dari segi kemasan, media pemasaran produk juga masih sederhana dengan menitipkan produk ke berbagai pusat oleh-oleh Kabupaten Kerinci dan melalui media online facebook.

Kemasan dapat menciptakan opini keyakinan konsumen terhadap *brand image* dan inovasi peluang. Keunikan kemasan seringkali menjadikan produk dinilai memiliki branding yang baik dan bahan kemasan yang bagus di benak konsumen. Sebaliknya, produk yang di kemas seadanya dan bahan kemasan yang berkualitas rendah menjadikan suatu produk dinilai memiliki branding yang rendah (Sinaga & Simangunsong, 2018).

Selain sebagai perlindungan dan penyimpanan, kemasan berfungsi sebagai media informasi. Media informasi sangat membantu konsumen dalam memilih produk dan konsumen bisa mendapatkan gambaran terhadap cita rasa ataupun kualitas produk. Kemasan juga berfungsi sebagai media promosi dan tentunya sebagai identitas produk. Kemasan dapat menjadi media peningkatan citra paling efektif. Kekuatan desain kemasan berpengaruh tinggi terhadap keputusan pembelian konsumen karena desain kemasan yang inovatif memiliki daya tarik tersendiri (Prameswari, 2018).

Penulis mencoba merancang *packaging* peyek daun kopi sarta serta mengaplikasikan ke berbagai media promosi lainnya, seperti melalui media sosial, media cetak dan berbagai jenis merchandise dalam upaya meningkatkan nilai jual dan citra merek, sehingga produk peyek daun kopi

dapat menjadi produk unggulan oleh-oleh dari kabupaten Kerinci. Agar dapat mengatasi berbagai persoalan diatas khususnya desain kemasan maka dilakukan perancangan Redesain *Packaging* Peyek Daun Kopi Sartika.

B. Identifikasi Masalah

Dari fenomena latar belakang di atas, maka dapat di uraikan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kemasan peyek daun kopi masih menggunakan jenis kemasan plastik biasadan label produk yang sederhana
2. Belum ada penerapan elemen visual pada kemasan peyek daun kopi
3. Kurangnya pembeda antara kemasan produk peyek daun kopi sartika dengan kemasan produk lainnya.

C. Batasan Masalah

1. Menjadikan kemasan Produk Peyek Daun Kopi Sartika, Media seharusnya dikembangkan
2. Diperlukan penguatan dari segi identitas melalui perancangan redesain *Packaging* Peyek Daun Kopi Sartika

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah pada perancangan ini adalah: Bagaimana konsep perancangan redesain packaging peyek daun kopi sartika?

E. Tujuan Perancangan

1. Tujuan Umum

- a. Untuk mengembangkan jangkauan promosi dalam meningkatkan jumlah target konsumen terhadap produk peyek daun kopi
 - b. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas peyek daun kopi sartika sebagai oleh-oleh khas kerinci
 - c. Untuk meningkatkan nilai jual terhadap peyek daun kopi sartika
2. Tujuan Khusus
- a. Dapat meningkatkan jangkauan pemasaran baik melalui media cetak maupun media online
 - b. Menjadikan perancangan kemasan (*packaging*) sebagai pembeda antara produk peyek daun kopi sartika dengan produk lainnya
 - c. Untuk meningkatkan pengaruh kemasan (*packaging*) peyek daun kopi sartika terhadap keputusan pembelian konsumen

F. Manfaat Perancangan

Perancangan *packaging* peyek daun kopi sartika sebagai oleh-oleh kabupaten kerinci memiliki beberapa manfaat bagi pihak yang terkait dalam perancangan, diantaranya:

1. Bagi Penulis
 - a. Menerapkan ilmu desain komunikasi visual yang telah dipelajari ke dalam dunia pekerjaan
 - b. Sebagai media bagi penulis dalam mendalami ilmu yang sudah dipelajari selama perkuliahan di jurusan Desain Komunikasi visual
 - c. Meningkatkan kreatifitas serta melatih penulis dalam berpikir secara kritis
2. Bagi Target Audience

- a. Memberikan informasi kepada khalayak mengenai produk peyek daun kopi sartika sebagai oleh-oleh kabupaten kerinci
- b. Dapat menambah ketertarikan target audience dalam memilih produk peyek daun kopi sartika sebagai oleh-oleh kabupaten kerinci
- c. Dapat membangun visual branding yang baik bagi target audience melalui perancangan kemasan (*Packaging*)

3. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Hasil perancangan ini diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna sebagai acuan bagi aktivitas akademik di perguruan tinggi
- b. Sebagai bahan masukan dan wawasan bagi para peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang sejenis

4. Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat mengenal brand peyek daun kopi sartika sehingga memudahkan masyarakat dalam membedakan serta memilih produk dengan kualitas terbaik.