

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Gado-gado merupakan makanan tradisional khas Jawa yang sangat populer di Indonesia, khususnya Surabaya. Hal ini terlihat dari banyaknya gado-gado yang terjual dalam berbagai segmen tempat makanan, mulai dari kaki lima, warung, depot, hingga restoran di Surabaya.

Ditengah banyaknya tempat makanan yang mengusung gado-gado itu, Gado-Gado Arjuna Pak Satumin melakukan pendekatan yang berbeda daripada para kompetitor yang lain. Gado-Gado Arjuna Pak Satumin merupakan sebuah rumah makan gado-gado khas Surabaya. Tidak hanya dengan motivasi berjualan untuk mendapatkan laba, namun Gado-Gado Arjuna Pak Satumin mampu menjaga eksistensi makanan tradisional ditengah era modern saat ini. Pendekatan berbeda dilakukan dengan cara pembuatan saus kacang yang menggunakan kacang khas yang didatangkan langsung dari Tuban sehingga saus memberikan rasa khas yang berbeda dibandingkan kompetitor lainnya. Selain itu, citra gado-gado sebagai makanan pinggir jalan, yang tidak jelas kebersihan dan bahannya telah dihilangkan dengan cara menggunakan bahan-bahan segar tanpa pengawet dan disajikan ditempat yang bersih. Hal ini membuat harga produksi meningkat serta targetnya lebih *premium* daripada tempat-tempat gado-gado lainnya di Surabaya.

Selain dari produk yang menggunakan bahan yang khas, Gado-Gado Arjuna Pak Satumin juga konsisten dalam melakukan penyajian gado-gadonya. Untuk konsumen yang makan ditempat, sayur-sayur, bumbu beserta kerupuk disajikan ke dalam piring keramik putih, cocok untuk memberikan citra sebagai gado-gado yang higienis. Untuk konsumen yang ingin mengonsumsi gado-gado di luar, atau *take away*, Gado-Gado Arjuna Pak Satumin menyajikan gado-gadonya dengan karakteristik kemasan yang berbentuk balok dengan permukaan yang halus pada lapisan luar dan lapisan dalam yang kedap air serta minyak. Kemasan ini menjaga agar bumbu tidak bocor sampai keluar. Untuk saus kacang dan kerupuk, penyajian dibuat terpisah dan masing-masing menggunakan plastik. Setelah itu kemasan

sayur, bumbu beserta kerupuk dimasukkan ke dalam satu buah kantung kresek berbahan plastik.

Namun ketika dianalisa, masih terdapat beberapa kelemahan dari kemasan gado-gado ini. Kelemahan yang pertama dari segi kepraktisan dimana dalam penyajian satu gado-gado memerlukan 4 kemasan diantaranya kemasan untuk gado-gado, kemasan untuk saus, kemasan untuk kerupuk, dan terakhir kemasan untuk membawa semua bungkus tersebut. Kelemahan yang kedua adalah dari segi efektivitas. Berdasarkan *survey* lapangan yang telah dilakukan, mayoritas pendapatan utama dalam penyajian dalam toko, pendapatan toko lebih tinggi ketika orang melakukan *take away order*. Sekitar jam 8 pagi dan antara jam setengah 12 hingga jam setengah 2, mayoritas dari para konsumen memilih untuk melakukan *take away order* dikarenakan faktor tempat yang tidak memadai dalam menyediakan tempat untuk konsumen dalam jumlah banyak. Sembilan meja dan tiga puluh dua kursi untuk jam-jam sibuk membuat tempat sangat ramai dan penuh, serta tidak adanya kemungkinan untuk melakukan *share* dalam 1 meja (1 meja tidak dapat ditempati oleh 2 orang yang tidak saling kenal). Ini menyebabkan konsumen berpikir daripada mengantri untuk makan di tempat lebih baik *take away*. Alasan berikutnya adalah disebabkan karena faktor waktu yang terbatas untuk bekerja sehingga diharapkan orang yang beli *take away* dapat menikmati hidangan di mana pun. Namun dalam kasus ini, tidak memungkinkan, melihat dari aspek tidak praktis kemasan yang terbagi cukup banyak dan repot untuk membukanya, kemudian faktor dari desain kemasan tersebut yang membuat konsumen ketika membeli rawan untuk jatuh ketika dikonsumsi. Berdasarkan fakta *survey*, seharusnya kemasan *take away* sendiri diharapkan bisa menjadi substitusi piring keramik yang dipakai di tempat Gado-Gado Arjuna Pak Satumin tersebut.

Kelemahan lainnya juga tampak pada kemasan dalam gado-gado tersebut. Memang sang pemilik telah memiliki inisiatif positif dalam menciptakan sebuah kemasan yang kedap air dan minyak, sehingga ketika bumbu dituang, maka bumbu tidak akan bocor keluar dari kemasan. Namun, berdasarkan *survey* lapangan, beberapa dari pelanggan kurang menyukai dari segi estetis dan higienisnya. Kemasan dalam berwarna abu-abu menciptakan persepsi negatif bagi pelanggan bahwa itu merupakan karton biasa yang biasanya mudah berdebu sehingga lebih

baik diberi plastik atau wadah terlebih dahulu supaya lebih ‘higienis’ dan bukan sebaliknya yang tidak tampak ‘tidak higienis’ dengan menaruh makanan langsung ke karton tersebut.

Kelemahan yang terakhir adalah dari segi identitas. Identitas Gado-Gado Arjuna Pak Satumin ini tidak konsisten dimana beberapa pelanggan menganggap bahwa identitas aslinya adalah “Gado-Gado Arjuna Pak Satumin” bukan “Gado-Gado Arjuno Pak Satumin” (beda antara huruf a dan o pada kata Arjuno).



Gambar 1.1 Perbedaan Identitas Gado-Gado Arjuna Pak Satumin pada banner yang dipasang di depan toko.

Dokumentasi Pribadi

Selain itu, dalam identitas Gado-Gado Arjuna Pak Satumin ini menggunakan banyak warna kompleks dan komplementer sehingga citra identitas dari Gado-Gado Arjuna Pak Satumin ini selain membingungkan juga susah diingat (*state of mind*) konsumen.



Gambar 1.2 Logo pada Gado-Gado Arjuna Pak Satumin yang menggunakan banyak warna dan komplementer (oranye, kuning, hijau, merah, dan putih).

Dokumentasi Pribadi

Justru adanya identitas yang jelas juga dapat memiliki potensi sebagai *Unique Selling Proposition* dimana itu merupakan sebuah elemen penting yang dapat menjadi pembeda kemasan Gado-Gado Arjuna Pak Satumin dengan yang lain, dengan harapan konsumen lebih tertarik untuk membeli Gado-Gado Arjuna Pak Satumin itu sendiri.

Berdasarkan pemaparan diatas juga karena didasarkan pada fakta persaingan kompetitor yang semakin ketat dan inovatif saat ini, maka dibutuhkan sebuah perancangan kemasan untuk memperbaiki berbagai aspek kelemahan yang ada pada bentuk kemasan Gado-Gado Arjuna Pak Satumin yang telah digunakan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kemasan yang inovatif dan dapat menjawab permasalahan, kepraktisan, efektivitas, higienis, dan identitas pada kemasan Gado-Gado Arjuna Pak Satumin?

1.3 Batasan Lingkup Masalah

Berdasarkan masalah yang ada, ditentukan batasan masalahnya yaitu:

1.3.1 Objek Perancangan

Kemasan Inovatif Gado-Gado Arjuna Pak Satumin

1.3.2 Subjek Perancangan

Bu Nani, Surabaya

1.3.3 Sasaran Perancangan

1.3.3.1 Demografis

Sasarannya adalah individu dengan jenis kelamin baik pria dan wanita dengan kisaran usia antara 20 tahun keatas sampai usia 55 tahun dan status ekonomi sosial menengah keatas.

1.3.3.2 Geografis

Lokasi perancangan berada dalam wilayah Surabaya dan sekitarnya. Baik *urban* maupun *suburban*.

1.3.3.3 Psikografis

Memiliki gaya hidup yang menyukai kuliner, terutama yang menggemari kuliner makanan tradisional khas daerah dan mementingkan kualitas daripada harga. Memiliki pola pikir *open minded* dimana target audiens terbuka untuk hal-hal yang baru dan tidak terpaku terhadap pola maupun tradisi lama. Hal ini disebabkan adanya kemajuan zaman membuat audiens menjadi ‘melek’ akan kemajuan zaman dan fleksibilitas yang harus dimiliki untuk dapat beradaptasi dengan keadaan saat ini.

1.3.3.4 Behaviouristis

Masyarakat yang memiliki tingkat kesibukan yang cukup padat sehingga jarang untuk dapat makan di tempat ataupun harus pulang ke rumah untuk makan.

1.3.3.5 Objek Penelitian

Pihak Gado-Gado Arjuna Pak Satumin beserta produk kemasan dalam kepentingan *take away order*.

1.3.3.6 Lokasi Penelitian

Surabaya.

1.4 Tujuan Perancangan

Merancang kemasan yang inovatif dan dapat menjawab permasalahan, kepraktisan, efektivitas, higienis, dan identitas pada kemasan Gado-Gado Arjuna Pak Satumin.

1.5 Manfaat Perancangan

Manfaat yang diharapkan dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Mahasiswa

Perancangan diharapkan sebagai sebuah sarana bagi mahasiswa untuk dapat menambah wawasan dan pengalaman baru bagaimana mendesain kemasan yang baik dan efektif tidak hanya sekedar secara estetika namun fungsional juga dengan mempraktekan ilmu dan teori yang didapat selama perkuliahan ke dalam praktek nyata.

1.5.2 Bagi Institusi

Perancangan kemasan ini diharapkan dapat meningkatkan keragaman karya desain dan juga kreativitas dalam membuat karya, dimana karya yang dibuat juga harus mampu bermanfaat bagi bangsa. Selain itu juga bermanfaat sebagai referensi pembelajaran yang akan datang dan inspirasi pihak lain.

1.5.3 Bagi Gado-Gado Arjuna Pak Satumin

Memperbaiki citra Gado-Gado Arjuna Pak Satumin sebagai gado-gado yang mudah dinikmati dalam berbagai kondisi, baik ketika tidak dikonsumsi di tempat makan maupun di rumah, serta memberikan dorongan motivasi untuk produsen gado-gado lainnya dalam berinovasi dan berkreasi terhadap kemasan gado-gado.

1.5.4 Bagi Masyarakat

Perancangan ini diharapkan agar masyarakat sekarang memiliki persepsi baru bahwa gado-gado saat ini dapat dikonsumsi dalam kondisi selain di tempat makan maupun rumah dengan adanya kemasan inovatif ini.

1.6 Definisi Operasional

1.6.1 Kemasan Inovatif

Kegiatan merancang dan memproduksi kemasan baru , atau berbeda dari sebelumnya untuk sebuah produk.

1.6.2 Gado-Gado

Gado-Gado adalah makanan yang diolah dari berbagai sayuran seperti selada, kubis, bunga kol, kacang panjang, kecambah, timun, kentang dan telur yang direbus dan dikombinasikan menjadi satu dengan saus yang terbuat dari kacang tanah dihaluskan, santan, dan minyak yang di atasnya diberikan kombinasi emping goreng dan kerupuk udang yang telah dipotong-potong.

1.7 Metode Perancangan

1.7.1 Data yang Dibutuhkan

1.7.1.1 Data Primer

a. Wawancara Mendalam (*in Depth Interview*)

Memperoleh keterangan tujuan penelitian melalui tanya jawab dan bertatap muka antara pewawancara dengan sekumpulan informan seperti contohnya pemilik sebagai sumber informasi sejarah Gado-Gado Arjuna Pak Satumin, keunggulan produk, dan *target marketing* produk. Wawancara dengan target audiens juga dapat dilakukan sebagai fungsi untuk mengetahui sudut pandang masyarakat sebagai konsumen.

b. Observasi

Pengamatan yang didasarkan panca indra untuk mengamati berbagai hal dalam tujuan mencari sumber data untuk perancangan seperti contohnya pengamatan produk Gado-Gado Arjuna Pak Satumin, bahan-bahan dalam pembuatan dan desain kemasan dari Gado-Gado Arjuna Pak Satumin itu sendiri.

1.7.1.2 Data Sekunder

a. Studi Pustaka

Data dapat dikumpulkan dari buku literatur, majalah, jurnal, artikel yang memuat data-data mengenai Gado-Gado Arjuna Pak Satumin sebagai salah satu bentuk cara pembentukan *branding story*.

b. Internet

Pencarian data via internet dapat dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data dengan cepat dan dipertanggung jawabkan. Data yang dikumpulkan dapat berupa sejarah, produk, tanggapan target konsumen, dan lain-lain.

1.7.2 Metode Pengumpulan Data

1.7.2.1 Wawancara

Wawancara akan dilakukan kepada pihak pemilik Gado-Gado Arjuna Pak Satumin untuk lebih mengetahui mengenai produk Gado-Gado Arjuna Pak Satumin.

1.7.2.2 Observasi

Observasi dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan dari produk yang telah ada, terutama kaitannya dengan kemasan yang digunakan saat ini.

1.7.2.3 Studi Literatur

Studi data dapat dilakukan via internet dan kepustakaan akan dilakukan untuk mengetahui hal-hal seputar kemasan itu sendiri, mulai dari teori hingga contoh kemasan inovatif.

1.7.3 Instrumen / Alat Pengumpulan Data

Beberapa alat yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

- a. Kamera
- b. Kertas dan Alat tulis
- c. Laptop

1.8 Metode Analisa Data

Berikut adalah pendekatan-pendekatan yang dilakukan sebagai penunjang dalam perancangan ini. Diantaranya adalah:

a. 5W1H

What : Apa masalah yang terjadi dalam perancangan kemasan ini?

Why : Mengapa masalah tersebut terjadi?

When : Sejak kapan masalah tersebut terjadi?

Where : Dimana masalah ini terjadi?

Who : Siapa yang mengalami permasalahan ini?

How : Bagaimana solusi dalam pemecahan masalah tersebut?

b. SWOT

Strength : Apa kelebihan yang dimiliki dari kemasan Gado-Gado Arjuno?

Weakness : Apa kelemahan yang dimiliki dari kemasan Gado-Gado Arjuno?

Opportunities : Apa peluang yang dimiliki dari kemasan inovatif Gado-Gado Arjuno yang baru?

Threat : Apa ancaman yang dimiliki dari kemasan inovatif Gado-Gado Arjuno yang baru?

1.9 Konsep Perancangan

Mengingat bahwa produk Gado-Gado Arjuna Pak Satumin ini merupakan sebuah produk yang *well-established* dimana produk telah ada dan terkenal sejak lama, maka desain kemasan inovatif Gado-Gado Arjuna Pak Satumin ini diharuskan untuk tetap dan mampu merepresentasikan produk dari segi karakter dan ciri khasnya sebagai milik Gado-Gado Arjuna Pak Satumin. Namun, dalam kemasan inovatif yang baru, tetap akan ada penambahan inovasi yang baru, baik dari segi estetika desain maupun bentuk serta pemilihan bahan kemasan sehingga kemasan yang baru nanti dapat berfungsi optimal dari aspek fungsional maupun estetika kemasan itu sendiri.

1.10 Skematika Perancangan

