

BAB 1

PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini akan dijelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan batasan masalah.

1.1. Latar Belakang

Merica adalah salah satu bumbu yang digunakan dalam memasak. Merica digunakan dalam memasak, yang berfungsi sebagai pemberi efek rasa pedas dan hangat pada masakan saat dikonsumsi. Pada umumnya, merica digunakan ketika memasak martabak, bakmi goreng, nasi goreng, perkedel, capcay, fuyunghai, bakmoy, iga sapi, dan lain-lain. Dengan demikian, pengguna merica adalah orang-orang yang memasak, seperti ibu rumah tangga, koki, pelajar/mahasiswa, dan lain-lain.

Merica tersedia dalam 2 bentuk, yaitu butiran dan bubuk. Merica bubuk dikemas dalam 2 bentuk, yaitu *sachet* dan botol. Merk merica bubuk botol ada bermacam-macam, seperti Gelko's, Ladaku, Jays, Koepoe Koepoe, Supa, Pazar, Mr. Boem-Boe, dan lain-lain. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh peneliti terhadap merk merica bubuk botol yang ada di supermarket dan minimarket yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, terdapat 25 macam merk merica bubuk botol. 25 Macam merk merica bubuk botol tersebut adalah Koepoe Koepoe (2 jenis), Mr. Boem-Boe, Ladaku, Lada Bangka, Cap Shoangsi (2 jenis), Cap Menara, Cap Kumbang, Kereta Express (2 jenis), McCormick, Swan Special, Prima, Kupu-Kupu (2 jenis), White Hat, Gelko's, Bulu Merak, Cap Mr. Jockey, Cap Merak, Cap Jamur, Lotte Mart, Jays, Koki, Superindo, Carrefour, Giant (2 jenis), dan Hero. Dengan adanya merk dan jenis merica bubuk botol yang bermacam-macam, maka mempengaruhi tindakan konsumen untuk menentukan merk dan jenis merica bubuk botol yang akan dipilih.

Tindakan konsumen di tempat penjualan dipengaruhi oleh kemasan. Daya tarik suatu kemasan akan diserap oleh otak sadar dan otak bawah sadar konsumen, sehingga akan mempengaruhi tindakan konsumen di tempat penjualan (Wirya, 1999). Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila pelanggannya yang setia dengan produknya yang dijual mengalami peningkatan dan perusahaan tersebut selalu memberikan sebuah inovasi baru dalam produknya sesuai

dengan minat konsumen untuk mengalahkan pesaing (Tandjung dan Subagijo, 2009).

Maka dari itu, peneliti melakukan survey awal untuk mendukung penelitian ini. Survey awal dilakukan selama 18 hari, dimulai dari 5-22 Maret 2018. Responden pada survey awal ini berumur dari 17-73 tahun dengan sasaran responden adalah orang yang menggunakan merica bubuk botol. Jumlah responden pada survey awal ini adalah 60 orang. Berdasarkan survey awal yang dilakukan oleh peneliti, 47,9% responden mengatakan bahwa terdapat masalah pada bagian tutup merica bubuk botol. Masalah yang dialami oleh konsumen pada bagian tutup merica bubuk botol adalah susah membuka segel tutup botol (5%), terlalu banyak/tumpah saat menuangkan (25%), merica bubuk sulit keluar (24%), tidak ada variasi lubang (11%), variasi lubang kurang (9%), serta tutup botol sulit dibuka dan ditutup (8%).

Dari survey awal yang dilakukan oleh peneliti, juga diperoleh 26,95% responden mengatakan bahwa terdapat masalah pada bagian badan merica bubuk botol. Masalah yang dialami oleh konsumen pada bagian badan merica bubuk botol adalah bahan badan botol mudah pecah (6%), bentuk badan botol yang kurang nyaman ketika dipegang (31%), dan berat bersih merica bubuk botol tidak sesuai dengan kebutuhan (27%). Dengan demikian, penulis akan memberi usulan perbaikan kemasan merica bubuk botol agar sesuai dengan kebutuhan konsumen.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Perbaikan Kemasan Merica Bubuk Botol.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberi usulan perbaikan kemasan merica bubuk botol agar sesuai dengan kebutuhan konsumen.

1.4. Batasan Masalah

- a. Lokasi survey untuk macam-macam merk dan jenis merica bubuk botol yang ada di supermarket dan minimarket adalah Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Responden penelitian ini adalah orang yang menggunakan merica bubuk botol dan tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta.

- c. Waktu survey merk dan jenis merica bubuk botol botol yang ada di supermarket dan minimarket yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta adalah 20-27 Februari 2018.
- d. Waktu pengambilan data kuesioner 1 adalah 5-22 Maret 2018.
- e. Waktu pengambilan data kuesioner 2 adalah 13-17 April 2018.
- f. Desain 3D kemasan merica bubuk botol dilakukan dengan menggunakan software CATIA V5R20.

