

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kuliner Indonesia merupakan salah satu kekayaan budaya dengan cita rasa yang beragam. Setiap daerah memiliki keunikan tersendiri dalam hal bahan, teknik memasak, dan cita rasa, yang menciptakan keberagaman kuliner yang khas dan menggugah selera. Makanan Indonesia terkenal dengan penggunaan rempah-rempah yang kaya, serta kombinasi rasa pedas, manis, asin, dan asam yang memberikan pengalaman rasa yang unik. Di antara berbagai jenis makanan Indonesia, pempek menjadi salah satu kuliner yang sangat populer, terutama di wilayah Palembang, Sumatra Selatan.



**Gambar 1.1. Pempek**  
(Sumber: Awank, 2023)

Sebagai makanan tradisional, pempek tidak hanya dikenal di Palembang, namun telah merambah ke berbagai daerah di Indonesia bahkan ke mancanegara. Pempek memiliki daya tarik bagi banyak orang karena teksturnya yang kenyal dan

rasa ikan yang dominan namun tidak terlalu kuat, menjadikannya mudah diterima oleh berbagai kalangan. Keunikan pempek dalam aspek rasa dan penyajian membuatnya menjadi salah satu makanan khas Indonesia yang berhasil mempertahankan popularitasnya seiring berjalannya waktu (Fitria, 2020). Asal-usul pempek dimulai dari seorang lelaki keturunan Tionghoa yang dijuluki "*apek*", panggilan ini memiliki arti "paman" dalam bahasa Hokkien. *Apek*, yang tinggal di tepi Sungai Musi di Palembang, memiliki ide untuk mengolah sumber daya ikan yang melimpah di sekitarnya sebagai hidangan, kemudian ia mulai memperkenalkan makanan ini kepada masyarakat setempat. Pada saat itu, hidangan tersebut belum memiliki nama resmi sehingga pembeli yang tertarik mencicipinya akan memanggil lelaki tersebut dengan sebutan akhir nama panggilannya yaitu, "*Pek! Pek!*". Dengan demikian, nama panggilan tersebut diadaptasikan menjadi nama pempek yang dikenal sekarang (Sihotang, 2009).

Hidangan yang sudah menjadi bagian dari identitas budaya dan warisan kuliner Indonesia ini pada umumnya mengandung campuran ikan yang dihaluskan, garam, sagu dan bawang putih. Adonan ini kemudian dibentuk menjadi berbagai bentuk seperti bulat, panjang, atau pipih dan kemudian digoreng. Hal ini dilakukan agar tekstur yang dihasilkan renyah di luar dan lembut di dalam. Pempek umumnya juga dihidangkan dengan *cuko*, sebuah kuah yang terdiri dari perpaduan cuka, asam jawa, gula merah, dan cabai. Seiring dengan perkembangan waktu, variasi pempek telah berkembang. Beberapa jenis pempek yang terkenal meliputi kapal selam yang berisi telur asin, lenjer (pipih), adaan (bulat), dan keriting.

Pempek saat ini telah meraih popularitas yang tidak hanya mencengangkan di kalangan masyarakat Indonesia, tetapi juga mendapatkan pengakuan di tingkat internasional. Menurut data yang dikutip dari situs panduan wisata dan kuliner Taste Atlas pada bulan September 2023, pempek menempati peringkat pertama dalam kategori hidangan ikan olahan terbaik di Asia Tenggara. Tidak hanya itu, pada bulan Maret 2023, pempek mencapai peringkat ke-4 dalam kategori olahan *seafood* terbaik di seluruh dunia. Selain itu, pempek juga menduduki peringkat ke-3 dalam kategori *street food* terbaik di Asia (Taste Atlas, 2023). Data ini menunjukkan bahwa pempek tidak hanya sekadar makanan lokal, tetapi telah mencapai tingkat ketenaran global dan menjadi salah satu sajian yang dicari oleh orang-orang dari berbagai belahan dunia.

Pempek CW, sebagai salah satu bisnis yang memanfaatkan popularitas makanan ini, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari dunia kuliner sejak Juni 2014. Mereka menyajikan berbagai variasi pempek, termasuk kapal selam, lenjer, bulat, dan pepaya, memungkinkan pelanggan untuk menikmati beragam pilihan sesuai selera mereka. Saat ini Pempek CW umumnya menjual pempek yang sudah dimasak, memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk menikmati hidangan ini tanpa harus memasaknya sendiri. Selain itu, mereka juga menyediakan opsi *frozen* jika ada yang ingin membeli pempek untuk dimasak di rumah (Wiranata, 2023).

Pada tahun 2024, Pempek CW merencanakan ekspansi bisnisnya ke skala yang lebih besar dengan menghadirkan kemasan *frozen* yang dapat dijual di toko-toko besar. Dalam makalah ini, penulis akan melakukan perancangan ulang identitas visual dan kemasannya sebagai langkah strategis menuju ekspansi bisnisnya.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Identitas visual dan kemasan memiliki peran krusial dalam membangun citra merek suatu bisnis, seperti halnya pada Pempek CW. Desain yang kuat tidak hanya menciptakan citra merek yang melekat dalam benak pelanggan tetapi juga menjadi kunci untuk membedakan Pempek CW dari pesaingnya di pasar kuliner yang begitu kompetitif. Dalam konteks ini, pentingnya identitas visual dan kemasan yang efektif menjadi nyata, terutama untuk mendukung rencana ekspansi bisnis Pempek CW. Identitas visual dan kemasan bukan sekadar elemen penunjang, melainkan bagian integral dari pesan bisnis yang diinginkan untuk disampaikan kepada pelanggan. Pempek CW membutuhkan desain yang tidak hanya menciptakan daya tarik visual tetapi juga mampu menyampaikan esensi dan kualitas produk mereka. Dalam pasar kuliner yang penuh tantangan, memiliki identitas visual yang unik dan kemasan yang menarik bukan hanya sebagai elemen dekoratif, melainkan strategi bisnis yang mendasar.

Dalam dunia konsumen yang didorong oleh penampilan, desain identitas visual dan kemasan memainkan peran vital dalam memikat konsumen sebelum mereka mencicipi produk. Khususnya di industri makanan, penampilan yang menarik memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, relevansi desain dengan segmen pasar yang ditargetkan menjadi aspek krusial. Misalnya, jika Pempek CW ingin menarik segmen pasar yang lebih muda, desain yang lebih modern dan segar akan lebih sesuai dan relevan. Desain identitas visual dan kemasan yang efektif tidak hanya menjadi investasi dalam citra merek, tetapi juga berkontribusi langsung pada peningkatan penjualan. Dalam proyek desain ini,

urgensi perubahan identitas visual dan kemasan menjadi sangat penting mengingat rencana ekspansi bisnis Pempek CW. Perubahan skala produksi dari pempek skala kecil menjadi skala besar menandakan perlunya adaptasi dalam desain kemasan, termasuk bentuk kemasan untuk skala penjualan yang lebih besar seperti pempek frozen yang dapat dijual di pasar atau dijadikan oleh-oleh.

Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya sekadar perancangan ulang identitas visual dan kemasan, melainkan suatu strategi bisnis yang mendalam dan urgensi yang perlu diakui untuk memastikan keberhasilan Pempek CW dalam menghadapi dinamika pasar kuliner.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berikut adalah rumusan masalah perancangan karya:

1. Bagaimana perancangan ulang identitas visual dan kemasan Pempek CW dapat meningkatkan representasi citra merek mereka, terutama mengingat tantangan pesaing di pasar kuliner yang kompetitif?
2. Sejauh mana desain yang ada tidak relevan dengan pasar kuliner dan tren konsumen saat ini, dan bagaimana perancangan ulang dapat menciptakan desain yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dan selera konsumen?
3. Bagaimana desain yang kuat dan konsisten dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya ingat merek Pempek CW, dan apa saja elemen-elemen yang perlu diperhatikan dalam menciptakan desain yang memperkuat identitas merek?
4. Bagaimana perancangan ulang identitas visual dan kemasan dapat mendukung upaya pemasaran Pempek CW, terutama dalam menarik

perhatian konsumen dan memposisikan merek ini sebagai pilihan yang menonjol di pasar kuliner?

#### **1.4. Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan adalah sebagai berikut:

1. Merancang ulang identitas visual dan kemasan Pempek CW untuk meningkatkan representasi citra merek.
2. Menciptakan desain yang lebih relevan dengan pasar kuliner dan tren konsumen saat ini.
3. Membangun desain yang kuat dan konsisten sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya ingat merek.
4. Mendukung upaya pemasaran Pempek CW dalam menghadapi persaingan di pasar kuliner.

#### **1.5. Manfaat Perancangan**

Manfaat dari perancangan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan daya tarik produk Pempek CW di mata konsumen dengan desain yang lebih modern dan relevan.
2. Membedakan Pempek CW dari pesaing melalui identitas visual dan kemasan yang unik.
3. Memberikan kesan positif pada pelanggan potensial, mendukung strategi pemasaran, dan meningkatkan daya ingat konsumen terhadap merek.
4. Mendukung rencana ekspansi bisnis Pempek CW dengan identitas visual dan kemasan yang sesuai dengan peta jalan bisnis jangka panjang.

5. Menyediakan landasan untuk pemantauan tren konsumen, evaluasi respons pelanggan, dan pengembangan produk di masa depan.

