

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri rumah tangga atau yang biasa disebut *Home Industry* merupakan perusahaan kecil yang kegiatannya dilakukan di rumah. Saat ini industri rumah tangga memiliki prospek ekonomi yang cukup baik dan dapat bersaing dengan industri besar lainnya di usaha perdagangan. Hal lain kuliner telah menjadi kekuatan perdagangan dimana kuliner telah menjadi bahan yang tidak pernah habis untuk dibicarakan dan diperdagangkan. Hampir semua masyarakat yang berkunjung ke suatu kota ingin mencicipi kuliner yang khas pada kota tersebut.

Jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*) merupakan jamur kayu family *Agaricaceae* dan dibudidayakan oleh masyarakat di wilayah cisarua cimahi, jawa barat. Disebut jamur tiram karena bentuk tudung jamur ini agak membulat, lonjong, dan melengkung menyerupai cangkang tiram dengan permukaan tudung jamur licin, sedikit berminyak jika lembab dan tepinya bergelombang. Jamur tiram merupakan jamur yang tumbuh di dataran rendah dengan daerah yang memiliki kadar air sekitar 60 %. Jamur ini banyak dikonsumsi masyarakat karena kandungan gizi yang tinggi dan memberi manfaat bagi kesehatan karena memiliki protein tinggi. Jamur tiram putih selain dapat dimasak juga dapat dikelolah menjadi berbagai macam cemilan dan bumbu masak.

Keripik jamur merupakan cemilan hasil produksi *home industry* kadarluasnya yang dapat di prediksi karena makanan ini juga merupakan jenis makanan kering. Hal tersebut membuat keripik jamur akan lebih mudah dipasarkan apabila dikemas secara tepat.

Maka dari itu mengelolah visual identitas home industry jamur tiram menjadi topik tema yang akan dibahas dalam tugas TA ini karena jamur tiram sendiri dibudidaya di Jawa Barat dan jamur ini baru dikelola menjadi kripik pada saat ini serta banyak peminatnya.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

“Dio Mushroom” merupakan industri rumah tangga yang akan menjadi objek bahan Tugas Akhir penulis. Industri ini didirikan oleh Hj. Suryani pada tahun 1995 yang pada awalnya merupakan industri budidaya jamur tiram. Pada tahun 2000 budidaya jamur ini berkembang menjadi berbagai produk olahan jamur terutama keripik jamur. Warna identitas yang digunakan adalah warna hijau dimana warna hijau merupakan warna yang erat dengan alam dan juga produsen masih mempercayai warna hijau merupakan warna yang tepat untuk usaha ini.

Sejak terbentuknya keripik jamur hingga sekarang penyebaran keripik jamur telah beredar hampir diseluruh Indonesia terutama Sumatra dan Jawa selain itu penyebarannya juga telah sampai di ekspor ke Malaysia dan Timur tengah.

“Dio Mushroom” adalah sebuah home industry yang menjadi objek untuk di rancang visualnya karena perusahaan ini sudah memiliki tingkat kualitas mutu yang baik dan produksinya telah dikenal oleh masyarakat luas karena perusahaan ini terbiasa menjual produknya dengan jumlah penjualan yang besar sehingga perusahaan lain membeli keripik ini dan memberikan identitas sendiri. Perusahaan “Dio Mushroom” belum teralu memfokuskan penjualan secara ecer dan penjualan dimasukan ke toko – toko lain karena mereka belum memiliki identitas sendiri sehingga perusahaan ini memerlukan bantuan untuk merancang visual identitas produknya.

Maka dari itu timbul pokok permasalahan seperti :

1. Bagaimana Dio mushroom sebagai industri kecil dapat bersaing dengan perusahaan makanan yang lebih besar?
2. Bagaimana visual identitas baru Dio Mushroom dapat dikenal oleh masyarakat yang lebih luas?

Batasan atau Ruang Lingkup dari permasalahan yang akan dibahas adalah merancang visual identitas produk Dio Mushroom dari logo, promosi hingga ke packagingnya. Branding ini akan disesuaikan dengan segmentasi yang diinginkan perusahaan

1.3 Tujuan Perencanaan

1. Agar Dio Mushroom yang merupakan industri kecil dapat bersaing dengan perusahaan makanan yang lebih besar.
2. Agar dengan identitas visual baru Dio Mushroom dapat dikenal oleh masyarakat yang lebih luas.
3. Agar produk dari Mushroom dapat dijual secara eceran di pasaran.
4. Agar Dio Mushroom dapat menjual keripik jamur dengan identitas visualnya sendiri

1.4 SUMBER DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Untuk mengetahui dan mendapatkan informasi seputar branding keripik jamur maka penulis membutuhkan sumber data yang dilakukan dengan cara pengumpulan data primer dan sekunder dimana primer dilakukan dengan cara :

- a. Observasi yang dilakukan dengan mengamati langsung kondisi perusahaan dari identitas perusahaan hingga lokasi dan cara pembuatan keripik jamur sendiri
- b. Wawancara yang dilakukan dengan Hj. Suryani selaku pemilik tentang perusahaan ini dan apa yang menjadi target kedepannya, bagaimana pemasaran dan penyebarannya saat ini.

Sedangkan pengumpulan data secara sekunder dilakukan dengan cara penulis mencari data dari internet dan buku – buku literatur tentang branding, logo, psikologi dan tentang produk yang dijual yaitu jamur tiram.

1.5 Skema Perancangan

