

## BAB II DATA DAN ANALISA

### II.1. Data Objek

#### II.1.1. Logo Tahu Wakidi



#### II.1.2. Sekilas Tentang Perusahaan

Tahu "Wakidi" dulunya bernama Tahu Walik Wakidi yang merupakan industri rumahan (home industry) yang didirikan oleh Febriana Putri pada tahun 2019 yang proses produksi dan penjualannya di Bausasran DN III/840 RT 35 RW 09 Kelurahan Bausasran Kecamatan Danurejan Kota Yogyakarta.

Tahu Wakidi merupakan brand UMKM bidang kuliner yang didirikan oleh Febriana Putri di Yogyakarta sejak tahun 2019. Usaha tahu wakidi ini bermula dari usaha tahu walik dengan sistem penjualan online dan open pre-order sesuai dengan pesanan pada hari tersebut. Tahu walik diproduksi sendiri di rumah tempat ia tinggal yang berlokasi di Bausasran, Kota Yogyakarta. Tahu yang diproduksi memiliki kualitas yang baik karena owner selalu melakukan quality control terhadap bahan baku yang digunakan termasuk menetapkan standar kestabilan rasa ciri khas tahu wakidi itu sendiri. Seiring berjalannya waktu, sang owner dari tahu wakidi melakukan pengembangan usahanya pada produknya yakni tahu mercon.



Terdapat 2 varian produk dari tahu wakidi, yakni tahu walik dan tahu mercon. Jam operasional tahu wakidi setiap harinya buka mulai jam 15.00 - 22.00 WIB.

### **II.1.3. Proses Pembuatan**

Proses pembuatan tahu wakidi untuk tahu walik dan tahu bakso terbilang sama dengan proses pembuatan pada umumnya. Namun tetap memiliki beberapa perbedaan yang membuat tahu walik dan tahu bakso wakidi memiliki keistimewaan dibandingkan dengan yang lainnya. Sedangkan untuk proses pembuatan tahu mercon, owner menciptakan inovasi yang membuat tahu mercon memiliki ciri khas yang berbeda dari yang lainnya.

#### **II.1.3.1. Tahu Walik**

##### **II.1.3.1.1. Bahan Pembuatan Tahu Walik :**

- a. Tahu

Tahu walik wakidi menggunakan tahu pong segitiga yang sudah di balik dan di rendam selama setengah jam.



b. Bakso

Untuk pembuatan baksonya, tahu wakidi menggunakan resep khusus yang sudah diracik dan digunakan selama 2 tahun. Bahan yang digunakan adalah daging ayam, tepung kanji, bawang putih, merica, garam, dan penyedap rasa. Setelah semua bahan siap maka semua bahan-bahan tersebut digiling agar menjadi bakso yang siap diolah untuk proses selanjutnya.

**II.1.3.1.2. Cara Pembuatan Tahu Walik :**

Cara Pembuatan tahu walik "wakidi" dijelaskan dalam beberapa langkah sebagai berikut:

**a. Proses Pembalikan Tahu Pong**

Tahu pong dibelah bagian ujungnya menggunakan pisau atau gunting kemudian dibalik.



**b. Memasukkan bakso ke dalam tahu**

Proses memasukkan bakso ke dalam tahu dilakukan secara dadakan ketika ada transaksi pembelian oleh customer, hal ini dilakukan agar rasa bakso didalam tahu walik tetap fresh setiap waktu.



**c. Proses pemberian bumbu pada tahu**

Pertama siapkan air bersih yang telah diberi bumbu seperti: penyedap rasa dan garam kemudian tahu yang telah dibalik dan diisi bakso direndam selama setengah jam.



**d. Penggorengan Tahu Walik**

Setelah bakso dimasukkan ke dalam tahu, proses selanjutnya yakni menggoreng tahu dengan api besar selama kurang lebih 5menit hingga tahu berwarna kecoklatan kemudian tahu ditiriskan menggunakan serok penyaring.



#### e. **Finishing**

Setelah tahu walik selesai digoreng dan ditiriskan maka langkah terakhir yang digunakan adalah mengemas kedalam kemasan kertas minyak.



### **II.1.3.2. Tahu Mercon**

#### **II.1.3.2.1. Bahan Pembuatan Tahu Mercon :**

##### a. Tahu

Tahu bakso wakidi menggunakan tahu pong segitiga yang dipesan khusus dengan spesifikasi ukuran 5cm x 3cm.

##### b. Isian Tahu

Bahan yang digunakan untuk proses pembuatan isian tahu mercon adalah telur, kubis, sosis, daging ayam, daun bawang, jamur, merica, bawang putih, cabai rawit, dan penyedap rasa.

##### c. Tepung untuk Baluran Tahu

Bahan yang digunakan untuk membuat baluran tahu adalah tepung gandum, garam, penyedap rasa, dan air.

#### **II.1.3.2.2. Cara Pembuatan Tahu Mercon :**

Cara Pembuatan tahu mercon "wakidi" dijelaskan dalam beberapa langkah sebagai berikut:

##### **a. Proses pemberian bumbu pada tahu**

Pertama siapkan air bersih yang telah diberi bumbu seperti: penyedap rasa dan garam kemudian tahu pong direndam selama setengah jam.



##### **b. Proses pembuatan isian tahu**

Bahan yang digunakan untuk proses pembuatan isian tahu mercon adalah telur, kubis, sosis, daging ayam, daun bawang, jamur, merica, bawang putih, cabai rawit, dan penyedap rasa.

Potong kecil-kecil kubis, daun bawang, daging ayam, sosis dan cabai kemudian dicampur/ditumis menjadi satu.



### c. Penggorengan Tahu Mercon

- Siapkan telur yang telah dikocok bersamaan dengan cabai rawit dan isian tahu.



- Siapkan adonan tepung terigu untuk baluran tahu mercon



- Masukkan isian tahu yang telah tercampur kedalam telur secara dadakan ketika ada transaksi pembelian oleh customer dan langsung dilanjutkan proses penggorengan ke wajan dengan api sedang.



#### **d. Finishing**

Setelah tahu mercon selesai digoreng dan ditiriskan maka langkah terakhir yang digunakan adalah mengemas kedalam kemasan kertas minyak.



## II.1.4. Spesifikasi Produk

### II.1.4.1. Bentuk

Tahu Wakidi memiliki bentuk dengan ukuran:

	Bentuk	Panjang	Lebar	Tinggi
Tahu Walik	Segitiga	5 cm	3 cm	1 cm
Tahu Mercon	Segitiga	5 cm	3 cm	1 cm

### II.1.4.2. Harga jual

Berikut merupakan list harga Tahu Wakidi per Maret 2021 :

	Rp 5.000	Rp 10.000	Rp 15.000	Rp 20.000
Tahu Walik	Isi 8 pcs	Isi 17 pcs	Isi 26 pcs	Isi 35 pcs
Tahu Mercon	-	Isi 13 pcs	-	Isi 27 pcs

## II.1.5. Analisa Objek dan Target Audience

### II.1.5.1. Analisa Objek

Penelitian ini menggunakan SWOT untuk mengetahui dan menentukan apa saja kekuatan dari suatu produk, melihat kelemahan atau kekurangan yang perlu untuk dibenahi, serta memanfaatkan kesempatan yang ada dan mengantisipasi berbagai ancaman yang datang dari luar.

#### **Strength (Kekuatan)**

- Tidak menggunakan bahan pengawet
- Harga terjangkau
- Diolah saat konsumen membeli
- Harga terjangkau
- Digemari anak muda, yang saat ini trend

#### **Weakness (Kelemahan)**

- Kemasan yang digunakan masih sangat sederhana
- Kemasan yang terlalu simpel dan kurang menunjukkan identitas produk

- Modal masih sangat minim
- Kurangnya tenaga kerja
- Bahan baku tidak tahan lama

***Opportunity (Peluang)***

- Banyaknya masyarakat yang menyukai cemilan gorengan
- Adanya varian Tahu Wakidi lebih dari satu macam

***Threat (Ancaman)***

- Banyak pesaing yang menjual tahu walik
- Harga bahan baku tidak stabil

**II.1.5.2. Target Audience**

a. Geografis :

Masyarakat yang tinggal di Yogyakarta serta pendatang baru khususnya pelajar dan mahasiswa yang menetap sementara di area sekitar Yogyakarta.

b. Demografis :

- Usia : 17 - 35 Tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Sosial Ekonomi : Menengah kebawah dan menengah ke atas

c. Psikografis :

Orang-orang yang menyukai makanan gurih dan pedas serta masyarakat yang menyukai makanan sehat tanpa bahan pengawet.

d. Gaya hidup :

- Suka mengonsumsi camilan
- Suka harga produk yang terjangkau
- Suka menyukai cemilan varian tahu.

### II.1.5.3. Refrensi Perancangan

- Tahu Walik Omta



- Mo Tahu Aja!



## **II.2. Landasan Teori**

### **II.2.1. Pengertian Kemasan**

Berdasarkan dari sumber (<https://kukm.gunungkidulkab.go.id/>), kemasan adalah suatu desain yang menyatukan suatu bentuk, warna, struktur, citra, material, tipografi, serta elemen-elemen desain termasuk informasi produk agar produk dapat dipasarkan secara luas.

Kemasan merupakan striker dalam memperoleh pangsa pasar. Kebanyakan dari suatu produk baru dipasaran yang memiliki kualitas yang baik namun kemasannya kurang menarik maka produk tersebut dirasa akan tidak akan dicoba oleh para konsumen sehingga sangat disayangkan karena konsumen tidak pernah tau bahwa produk tersebut sebenarnya memiliki mutu yang tinggi.

### **II.2.2. Fungsi Kemasan**

Menurut Iwan Wirya dalam bukunya yang berjudul “Kemasan yang Menjual” (Wirya, 1999:8), dahulu kala, kemasan biasanya digunakan untuk melindungi barang terhadap proses alam yang dirasa dapat merusak barang atau melindungi dari cuaca. Selain itu, juga digunakan sebagai sarana tempat untuk membawa barang-barang agar mudah dibawa kemana saja dan dimana saja. Seiring dengan kemajuan jaman, adanya penambahan nilai-nilai fungsional dimana semakin tajamnya persaingan dunia usaha dan perlombaan para produsen untuk merebut perhatian para calon konsumen.

Fungsi kemasan harus menunjukkan sejumlah faktor penting sebagai berikut agar dapat bersaing semaksimal mungkin dalam pemasaran:

#### **1) Faktor Pengamanan**

Kemasan dapat melindungi suatu produk dari berbagai hal yang kemungkinan dapat menimbulkan kerusakan suatu barang, contohnya : jatuh, tumpukan, sinar, serangga dan lain sebagainya.

#### **2) Faktor Ekonomi**

Perlu memperhitungkan biaya produksi yang paling efektif termasuk dalam pemilihan bahan, sehingga biaya tidak melebihi proporsi manfaatnya.

#### **3) Faktor Pendistribusian**

Mudah didistribusikan dari pabrik ke distributor atau pengecer sampai ke tangan konsumen.

4) Faktor Komunikasi

Sebagai media komunikasi yang mencerminkan atau menerangkan produk, citra merek, dan juga sebagai bagian dari promosi, dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami, dan diingat.

5) Faktor Ergonomi

Berbagai pertimbangan agar kemasan mudah dipegang atau dibawa, dibuka, dan mudah diambil/dihabiskan isinya.

6) Faktor Estetika

Keindahan adalah daya tarik visual yang mencakup pertimbangan dalam penggunaan bentuk, warna, merek atau logo, ilustrasi, huruf, dan tata letak untuk mencapai mutu daya tarik visual secara optimal.

7) Faktor Identitas

Kemasan harus memiliki perbedaan antara satu sama lain, yakni memiliki identitas produk agar mudah dikenali dan membedakannya dengan produk-produk yang lainnya.

### **II.2.3. Material dan Struktur Kemasan**

Kemasan dalam suatu produk memiliki bentuk yang bermacam-macam. Untuk menarik perhatian calon konsumen, kemasan yang baik seharusnya menampilkan unsurunsur budaya pasar. Selain itu, tujuan desain kemasan itu sendiri digunakan untuk memperkuat penampilan estetika dan nilai produk serta mengembangkan bentuk kemasan yang berbeda sesuai dengan nilai dan unsur tiap produk yang ditawarkan.

Kemasan dapat digolongkan berdasarkan berbagai hal antara lain: frekuensi pemakaian, struktur sistem kemasan, sifat kekakuan bahan kemas, sifat perlindungan terhadap lingkungan, dan tingkat kesiapan pakai

1. Frekuensi Pemakaian
2. Struktur Sistem Kemasan
3. Sifat Bahan Kemas

#### 4. Tingkat Kesiapan Pakai

##### **II.2.3.1. Frekuensi Pemakaian**

Berdasarkan frekuensi pemakaian dapat diklarifikasikan menjadi berikut:

a. Kemasan sekali pakai (*Disposable*)

Kemasan sekali pakai adalah kemasan yang langsung dibuang setelah sekali pemakaian. Contohnya adalah bungkus permen.

b. Kemasan yang dapat digunakan berulang kali (*Multi Trip*)

Kemasan yang dapat digunakan berulang kali biasanya konsumen tidak langsung membuangnya akan tetapi akan dikembalikan lagi oleh konsumen ke produsen atau agen penjual untuk kembali digunakan sebagai kemasan produk mereka.

Contohnya seperti botol kaca minuman soda.

c. Kemasan yang Tidak Dibuang (*Semi Disposable*)

Kemasan yang tidak dibuang adalah kemasan yang biasanya di gunakan kembali oleh konsumen untuk keperluan atau kepentingan lain setelah memanfaatkan produk tersebut. Contoh kemasan kaleng biskuit.

##### **II.2.3.2. Struktur Sistem Kemasan**

Fungsi yang terdapat disetiap kemasan mempunyai perbedaan. Perbedaan fungsi disetiap kemasan tersebut pada akhirnya membedakan struktur dalam pengemasan produk. Sehingga kemasan dapat diklarifikasikan sebagai berikut:

a. *Primary Packaging*

Kemasan atau material yang langsung pertama kali bersentuhan dengan isi produk

b. *Secondary Packaging*

Kemasan yang berukuran lebih besar sehingga dapat membungkus kemasan *Primary Packaging* dan dapat mawadahi beberapa kemasan *Primary Packaging* sekaligus.

c. *Tertiary Packaging*

Kemasan yang biasanya dipakai khusus untuk melindungi produk saat pengiriman atau untuk pendistribusian.

#### **II.2.3.3. Sifat Bahan Kemasan**

- a. Kemasan fleksibel, yang bahan pengemas bersifat lentur dan tanpa adanya retak atau patah saat di lenturkan. Pada umumnya jenis kemasan ini berbahan tipis, contohnya: kertas, plastik, foil. pengemas bentuk juga dapat dikatakan sebagai kemasan fleksibel.
- b. Kemasan kaku, kemasan yang bila bahan pengemas bersifat keras, kaku, dan tidak tahan benturan, bila di paksa untuk di bengkokan jenis kemasan ini bisa patah. Bahanya lebih tebal dibandingkan dengan kemasan fleksibel, contohnya: gelas, logam, dan kayu.
- c. Kemasan semi fleksibel atau semi kaku, bahan pengemas yang memiliki sifat di antara kemasan fleksibel dan kaku, contohnya: botol susu plastik, botol kecap atau saus plastik, kemasan pasta gigi.

#### **II.2.3.4. Tingkat Kesiapan Pakai**

- a. Wadah siap pakai, bentuk yang sudah sempurna pengemasannya dan siap untuk diisi sejak keluar dari pabrik. Contohnya: wadah kaleng, botol, dan sebagainya.
- b. Wadah lipatan, kemasan yang belum siap diisi masih memerlukan tahap perakitan terlebih dahulu., Contohnya kaleng dalam bentuk lempengan, wadah yang terbuat dari kertas, foil atau plastik. Keuntungan menggunakan kemasan ini akan mengurangi ruang dalam pengangkutan dan kebebasan untuk menentukan ukuran.

#### **II.2.4. Bentuk**

Bentuk kemasan merupakan pendukung utama yang membantu terciptanya seluruh daya tarik visual. Namun tidak ada prinsip buku yang menentukan bentuk fisik dari sebuah kemasan karna ini biasanya ditentukan oleh sifat produknya, Pertimbangan mekanis, Kondisi penjualan, pertimbangan pemajangan, dan oleh cara penggunaan kemasan tersebut.

- Bentuk yang sederhana lebih disukai daripada bentuk yang rumit, Karena konsumen cenderung melihat bentuk dari segi kepraktisannya.

- Suatu bentuk teratur akan memiliki daya tarik lebih, bentuk yang tidak teratur ada kalanya manjur pada kondisi tertentu, tapi pada umumnya orang lebih menyukai sesuatu yang sederhana.
- Suatu bentuk harus seimbang, bentuk yang tidak seimbang tidak akan menyenangkan.
- Bentuk bujur sangkar lebih disukai dari pada persegi panjang, karna merupakan proposi bentuk yang paling seimbang. Tapi tergantung juga pada kondisi produknya.
- Bentuk yang cembung lebih disukai dari pada bentuk yang cekung, karena produk akan terlihat lebih padat atau lebih banyak isinya.
- Bentuk bulat lebih disukai oleh wanita, dan mereka lebih menyukai bentuk lingkaran daripada segitiga, sebaliknya bentuk bersiku lebih disukai oleh pria dan dianggap lebih jantan. Tapi tergantung pada sifat produknya.
- Bentuk seharusnya mudah terlihat dan tidak berdistorsi bila dipandang dari jauh. Terjadi ilusi optik pada desain tertentu yang mengakibatkan bentuk kelihatan tidak sesuai dengan bentuk yang sebenarnya.

## II.2.5. Warna

Warna adalah spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih). Menurut Henry Dreyfuss dalam <https://kelasdesain.com/teori-warna/> , warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dan mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas. Menurut "Albert H. Munsell" warna merupakan elemen penting dalam semua lingkup bidang ilmu seni rupa, bahkan secara umum warna merupakan bagian penting dari segala aspek kehidupan manusia.

Dalam konsep desain, setiap warna memiliki simbol dan makna yang berbeda.

Berikut beberapa arti dari warna dan pengaplikasiannya dalam desain :

- a. Merah

Merah merupakan warna yang cenderung menunjukkan keberanian, bahaya, kehangatan dan panas.

b. Kuning

Kuning memiliki arti sebagai warna cerah, hangat, makmur, dan bersahabat.

c. Cokelat

Warna cokelat merupakan warna bumi yang memberikan kesan hangat, sederhana, dan maskulin.

d. Oranye

Oranye merupakan warna yang ramah dan mengidentikkan kekreatifan. Dalam psikologis warna ini berkesan energi, keseimbangan, kehangatan.

e. Merah Muda

Warna merah muda atau pink merupakan warna yang feminim.

f. Putih

Warna putih secara umum bisa dikategorikan sebagai kesucian, kemurnian, kebersihan, kesederhanaan, dan kedamaian. Warna putih memberikan kesan simple dan minimalis pada saat digunakan untuk membuat desain.

g. Hitam

Warna hitam memberikan kesan sesuatu yang negatif, misteri, ketakutan, kejahatan, ketidak bahagiaan, perasaan yang dalam, kesedihan, dan kemarahan.

## II.2.6. Tipografi

Tipografi adalah seni menyusun, merancang, dan mengatur tata letak huruf serta jenisnya. Teks yang terdapat pada kemasan merupakan pesan kata-kata, digunakan untuk menjelaskan produk yang ditawarkan. Berikut ini beberapa jenis huruf berdasarkan klasifikasi antara lain sebagai berikut:

□ Tanpa kait (sans-serif).

Ada yang berpendapat tidak adanya horizontalisasi yang terbubuhkan oleh kait, selain menimbulkan kesan monoton, juga menyulitkan mata pembaca dalam menyambungkan huruf demi huruf. Tetapi beberapa jenis huruf tanpa kait telah dirancang untuk mengatasi masalah tersebut. Pada masa kini huruf tanpa kait berhasil menarik perhatian banyak orang, terutama untuk judul. Tipe huruf tanpa kait muncul dalam tiga variasi bentuk utama:

- Aliran Bauhaus, seperti Futura dan Separtan
- Aliran Swiss (gotik), seperti Helvetica dan Universe
- Dan huruf lainnya yang mengandung tipis-tipis-tebal mirip Romawi tapi tanpa kait seperti Optima, Radiant, dan Broadway.

## II.2.7. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi sebuah kemasan karna sering di anggap sebagai bahasa universal yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan bahasa kata-kata. Ilustrasi , dalam hal ini termasuk fotografi, dapat mengungkapkan suatu hal secara lebih cepat dan lebih efektif daripada teks.

Pembubuhan ilustrasi dalam kemasan harus didasarkan pada fungsinya yang khas. Suatu kemasan akan dipandang lebih berdaya tarik bila dibubuhi ilustrasi, kecuali untuk kondisi tertentu tidak diperlukan ilustrasi.

Bagaimanapun, fungsi ilustrasi dalam kemasan adalah untuk:

1. Menarik perhatian.
2. Menonjolkan salah satu keistimewaan produk.
3. Memenangkan persaingan dalam menarik perhatian konsumen.

4. Mendramatisasi pesan.
5. Merangsang minat membaca keseluruhan pesan.
6. Menjelaskan suatu pernyataan.
7. Menciptakan suatu suasana khas.
8. Menonjolkan suatu merek atau menunjang slogan yang ditampilkan.