

## **2. LANDASAN TEORI**

### **2. Identifikasi dan Analisis Data**

#### **2.1 Studi Literatur**

Studi Literatur adalah sebuah penelitian untuk sebuah karya atau karya ilmiah agar karya ilmiah lebih spesifik dan lebih jelas apa saja isi yang akan di tulis dan apa saja yang sudah di tulis oleh orang lain. Mencari sebuah teori yang sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan.

##### **2.1.1 Kemasan**

Kemasan adalah kegiatan merancang sebuah kemasan untuk sebuah produk yang dapat melindungi produk dari benturan benda asing, dan juga sebuah pelindung agar terhindar dari kerusakan dan bakteri yang ada di luar ruangan. Melindungi produk lebih awet dan tidak rusak pada saat pengiriman dalam jangka waktu yang jauh.

###### **2.1.1.1 Sejarah Kemasan**

Kemasan sudah ada sejak zaman purba, sebab pada zaman dahulu orang sudah menggunakan berbagai macam bahan yang digunakan untuk mengemas barang. Seperti anyaman rumput dan kain, kulit pohon, daun, kerang, tanah liat dan kaca yang mereka gunakan untuk menaruh barang dan menyimpan barang, selain itu ada juga kemasan yang terbuat dari sayur labu, kantong kemih binatang dan kulit hewan asal mula munculnya kantong kertas dan pembungkus plastik.

Dengan perkembangan zaman dan semakin berkembangnya kemasan dalam berbagai bentuk maupun bahan dasar yang digunakan untuk kemasan sebuah produk. Dengan berkembangnya sebuah kemasan muncullah sebuah kemasan dengan bahan dasar botol, toples dan tempayan yang terbuat dari tanah liat. (Menurut Klimchuk dan Krasovec, 2006)

### **2.1.1.2 Tujuan Kemasan**

Tujuan desain kemasan dibatasi oleh latar belakang pemasaran yang relevan dan tujuan strategis untuk sebuah merek merek (Menurut Klimchuk dan Krasovec, 2006, p47). Idealnya tenaga pemasaran atau produsen menyediakan informasi dan poin-poin yang spesifik dan detail untuk mengukur tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam desain kemasan dengan tepat.

Tujuan desain kemasan adalah khusus untuk masing-masing produk atau merek tertentu. Desain kemasan bisa diarahkan untuk:

1. Menampilkan atribut unik sebuah produk.
2. Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk.
3. Mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merek produk.
4. Memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk.
5. Mengembangkan bentuk kemasan berbeda yang sesuai dengan kategori.
6. Menggunakan material baru dan mengembangkan struktur inovatif untuk mengurangi biaya, lebih ramah lingkungan, atau meningkatkan fungsionalitas. (Menurut Klimchuk dan Krasovec, 2006, p47).

### **2.1.1.3 Struktur dan Material Kemasan**

Dalam lingkungan ritel struktur kemasan mendukung umur penyimpanan produk dan menyediakan kualitas nyata dan fitur protektif yang kesemuanya mempengaruhi ketertarikan awal konsumen terhadap produk. Pemilihan struktur pada akhirnya ditentukan oleh keputusan pengguna akhir, dimana struktur melakukan tugas ergonomisnya termasuk membuka dan menutup dengan baik, mengeluarkan dan dalam beberapa kasus menyimpan produk. Pertimbangan material dan keunggulan serta kelemahannya harus dipertimbangkan diawal setiap tugas desain kemasan.

Menurut Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec (2006, p137) memiliki beberapa kategori umum untuk material dan struktur yaitu:

#### **1. Kardus**

Kardus bisa menjadi kemasan yang fungsional, murah, dan dapat diatur ulang. Sifat fungsional kardus memungkinkan kreativitas struktural dan bahkan

karton lipat sederhana bisa menjadi solusi yang baik karena permukaannya yang luas dan datar dapat berfungsi sebagai tempat untuk membangun *billboarding* bagi identitas merek.

Kardus atau *paperboard* adalah istilah umum dalam industri kertas untuk lembaran yang terbuat dari serat kayu murni atau kertas daur ulang. Berat material diukur dengan lapisan, kerapatan, atau dengan ketebalan dalam perseribu inci menggunakan instrumen pengukur ketebalan atau caliper gauge.



Gambar 2.1 Kardus

Sumber :<http://www.kartonbox.co.id/id/home>

Berat atau ketebalan kardus adalah spesifik untuk ukuran dan fungsi kebutuhan penampungan produk. Ukuran dan berat produk menentukan struktur dan kekuatan kardus. Desain struktural juga tergantung pada tujuan pemasaran tentang bagaimana menampilkan merek dan produk. Kemasan bisa berfungsi untuk mengakomodasi dan melindungi kemasan sekunder di dalam kemasan primer, seperti *tube* atau botol, atau struktur bagian dalam seperti lapisan plastik atau selongsong bergelombang.

Kardus dibuat dengan melaminasi beberapa lapis kertas menjadi satu dan memiliki dua tipe, tergantung bagaimana cara memproduksinya. Kardus *fourdrinier* terbuat dari satu sampai empat lembar serat murni. Kardus silinder terbuat dari tujuh sampai sembilan lembar atau lapis dari hasil daur ulang serat kertas. Terdapat berbagai variasi berat dan hasil akhir kedua jenis kardus *fourinier* dan kardus silinder. Kardus yang paling umum yaitu:

1. SBS (solid bleached sulfate) dibuat dengan kandungan utama berupa serat murni yang di putihkan. kardus ini adalah yang paling mahal, biasanya dilapisi

dengan tanah liat agar permukaan putih solid dan terutama digunakan untuk mengemas makanan, produk susu, kosmetik, obat-obatan, dan produk farmasi.



Gambar 2.2 : Kardus SBS

Sumber :<http://www.sears.com/southern-champion-tray-lp-southern-champion-tray-2701/p-SPM7595814828>

2. SUS (solid unbleached sulfate) dibuat dengan kandungan utama berupa serat murni yang tidak diputihkan. Kardus Kraft alami ini tersedia dalam bentuk permukaan yang dilapisi dan tanpa dilapisi. Kekuatan material ini membuat SUS menjadi pilihan umum bagi kemasan minuman, produk hardware, dan perlengkapan kantor.



Gambar 2.3 : Kardus SUS

Sumber :<https://www.indiamart.com/proddetail/solid-unbleached-board-5809183412.html>

3. Daur Ulang (*recycled*) adalah material multilapis yang 100 persen terbuat dari kertas dan kardus daur ulang, dan tersedia dalam lembaran yang sudah dilapisi

dan tanpa dilapisi. Kardus tanpa dilapisi digunakan untuk tabung komposit (silinder dan tanpa gulungan spiral) dan drum serat. Kardus berlapis digunakan untuk kemasan makanan kering termasuk biskuit, dan kue serta barang peralatan rumah tangga lainnya, misalnya produk-produk kertas dan derjen bubuk.



Gambar 2.4 : Hasil karya dari daur ulang kardus bekas.

Sumber :[https://rikikiri407.wordpress.com/2013/11/04/daur-ulang-limbah-kardus-](https://rikikiri407.wordpress.com/2013/11/04/daur-ulang-limbah-kardus-2/)

2/

4. Plain Chipboard (*shirtboard*) terbuat dari kertas limbah dan biasanya berwarna abu-abu atau sawo matang. Kertas ini digunakan untuk kotak jadi (biasanya struktur kaku yang ditutupi kertas dekoratif atau material lain yang biasa digunakan untuk hadiah seperti parfum dan barang pecah belah). Material ini juga digunakan untuk karton lipat lainnya, karton latar pada kemasan *blister*, kemasan kelas bawah (murah), dan untuk struktur bagian dalam kemasan yang tidak terlihat di rak. Biasanya plain chipboard tidak cocok untuk dicetak langsung.



Gambar 2.5 : Plain Chipboard

Sumber :<http://www.globalsources.com/si/AS/Hi-bright-International/6008825420857/pdtl/Plain-Chipboard/1084570375.htm>

## 2. Kardus Gelombang (*Corrugated Paperboard*)

*Corrugated Paperboard* atau *containerboard* terdiri dari kardus gelombang sebagai "medium" yang dilapisi dan disisipkan pada lapisan kardus yang rata. Kardus gelombang di satu sisi dan kardus rata di sisi lainnya disebutkan "muka tunggal (*single faced*)", dan kardus gelombang di tengah-tengah, dilapisi kardus rata di kedua sisinya disebut dua muka (*double faced*) atau "dinding tunggal," (*single walled*). Tanpa sisi kardus rata hanya kardus gelombang sering digunakan sebagai material pengemas produk dan objek mudah pecah, dan sebagai penyokong produk atau kemasan sekunder struktural bagian dalam. Kardus gelombang berdinding tunggal, ganda, atau rangkap tiga sering dipakai untuk kemasan bagian luar seperti karton dan peti kemas untuk pengiriman. Kardus gelombang muka tunggal dengan gelombang ukuran kecil menghadap keluar digunakan pada desain kemasan kelas atas, karena tampilan teksturnya. Kardus produk-produk berat: perkakas, peralatan masak, peralatan rumah tangga/elektrik (setrika, pemanggang roti, piring, pecah belah, dan sebagainya) dan elektronik (komputer, kamera, dan sebagainya).



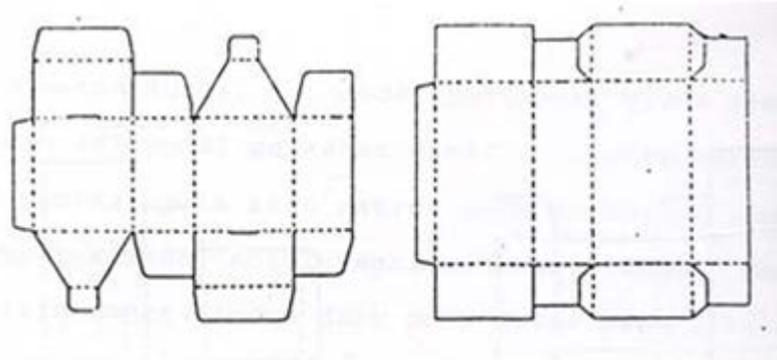
Gambar 2.6 : Kardus Gelombang

Sumber :<http://satyaabadicartonbox.blogspot.co.id/2013/04/cv-satya-abadi-carton-box.html>

## 3. Karton Lipat

Karton lipat biasanya didesain dengan konstruksi selembat atau kardus gelombang yang di press, kemudian ditindas atau diberi alur untuk dilipat, dan disteples atau dilem untuk menghasilkan sebuah bentuk struktur. Pola karton

meliputi kontur bagian luar bentuk struktur dan semua tindasan, potongan, garis alur yang mendefinisikan setiap panel dan alur torehan lem untuk menyatukan karton. Pola bisa termasuk detail lain tindasan dibagian dalam bentuk struktur atau potongan parsial yang menambah fungsi karton.



Gambar 2.7 : Pola kertas lipat

Sumber : <https://lordbroken.wordpress.com/2011/01/10/bahan-pengemas-makanan-%E2%80%9Ckartas%E2%80%9D/>

#### 4. Kotak Jadi

Kotak jadi adalah struktur yang telah di cetak dengan bagian atas dan bagian bawah . Kotak jadi umumnya dibuat dari kardus yang berat atau papan yang terbuat dari kayu (*chipboard*) dan dilaminasi dengan kertas dekoratif, material dekoratif atau material lainnya yang menutupi keseluruhan bagian luar dan tepi kotak. Sering digunakan untuk kosmetika, permen, perhiasan, dan produk kelas atas lainnya.



Gambar 2.8 : Kotak jadi

Sumber :<http://www.jimbogift.com/product/detail/11/kotak-kado-pink.html>

## 5. Canisters

Canister adalah gulungan spiral kardus sehingga membentuk silinder dan produksi dalam variasi tebal dan panjang. Silinder didalam dulungan kertas tisu merupakan contoh *canisters* yang ringan. Canisters kelas bawah biasanya merupakan kardus polos sementara canisters kelas atas seringkali digunakan sebagai struktur premium untuk komestik, pakaian dalam, aksesoris busana, dan produk mewah dan juga untuk makanan dan kotak minuman keras.

## 6. Plastik

Terdapat banyak variasi plastik yang menawarkan kualitas dan properti yang berbeda-beda yang melayani serangkaian kebutuhan penyimpanan. Variasi plastik tersebut bisa kaku atau fleksible, bening, putih atau berwarna, transparan ataupun opaw dan dapat dicetak kedalam berbagai bentuk dan ukuran yang berbeda-beda. Plastik termofom dilunakkan oleh panas dan dibentuk dengan, ekstruksi atau dipress.

Jenis plastik yang paling umum digunakan sebagai kemasan adalah sebagai berikut:

*Low density polyethylene* (LDPE) digunakan untuk kontainer dan tas untuk pakaian dan makanan, dalam bentuk film pembungkus yang disusutkan maupun diregangkan.

*High density polyethylene* (HDPE) adalah kaku dan opaq dan digunakan untuk susu, deterjen, cairan pembersih rumah tangga, produk perawatan pribadi, dan botol.

*Poly ethylene terephthalate* (PET) adalah bening seperti kaca dan digunakan untuk produk air dan minuman berkarbonasi, makanan seperti mustard, selai kacang, minyak *edible* dan sirup, kantung untuk makanan dan produk kesehatan

*Polypropylene* digunakan untuk botol, tutup botol, dan pembungkus yang tahan kelembaban.

*Polystyrene* (PS) diproduksi dalam berbagai bentuk. Kristal *polystyrene* digunakan untuk membuat kotak tempat CD dan botol-botol pil. Dengan pengaplikasian panas dan tekanan, *polystyrene* tahan banting digunakan untuk membuat kontainer

untuk produk susu. *Foamed polystyrene* digunakan untuk membuat gelas, dan kontainer makanan buka-kait (hamburger), baki daging, dan karton pengemas telur.

#### 7. Kemasan Blister

Jenis lain struktur plastik kaku adalah kemasan blister. Struktur ini dibentuk dalam suhu dan tekanan tinggi dan ditempatkan di depan produk, sehingga memungkinkan produk tersebut untuk terlihat melalui plastik yang transparan. Blister sering direkatkan ke kardus dibagian belakang dan dicetak dengan desain grafis kemasan. Blister bersegel atau blister ganda (model klep) membingkai di sekeliling sisi, memungkinkan visibilitas produk yang komplet. Grafis dapat dicetak langsung ke struktur plastik.

#### 8. Kaca

Kontainer kaca dikenal dalam bentuk, ukuran dan warna yang sangat bervariasi dan merupakan struktur yang umum dalam hampir semua kategori produk konsumsi. Kaca dapat dicetak menjadi bentuk yang beraneka dengan bagian bukaan dan ornamen emboss yang bervariasi, dan pelengkap lainnya dapat meningkatkan desain kemasan secara keseluruhan. desain botol yang inovatif menggunakan pelabelan dan teknik yang sesuai. Secara alamiah, sifat kaca yang inert (tidak bereaksi dengan isi yang dikandungnya) membuatnya lebih sesuai dibandingkan material yang cenderung untuk berinteraksi dan mempengaruhi makanan, obat-obatan dan beberapa produk lain.

#### 9. Logam

Kemasan logam dibuat dari timah, aluminium dan baja. Ketersediaan bahan baku produksi telah membuat material kemasan ini sebagai struktur berbiaya rendah untuk dapat diproduksi. Makanan hasil olahan, aerosol, cat, bahan kimia dan produk-produk otomatis adalah beberapa produk konsumsi umum yang menggunakan kaleng dan botol baja. Aluminium seringkali digunakan dalam kategori produk minuman berkarbonasi serta kategori kesehatan dan kecantikan, kontainer yang terbuat dari *aluminium foil* digunakan untuk produk bakery, produk daging dan makanan siap saji.

#### 10. Kaleng

Kaleng logam telah dipakai sejak awal 1800, dikembangkan untuk menyuplai makanan kepada militer Inggris dan kemudian diperkenalkan ke Amerika Serikat, mengawali diproduksinya kaleng besi lapis timah pertama. Saat ini kaleng logam sangat ringan dan seringkali dilapisi dengan material yang mencegah interaksi dengan produk.

#### **2.1.1.4 Fungsi kemasan**

Menurut Yuyun A dan Delli Gunarsa (2011, p14) fungsi kemasan sangat besar dibidang usaha makanan dan minuman. Kemasan merupakan faktor penting dalam upaya memastikan bahwa makanan atau minuman yang dihasilkan mudah dijajakan dan aman. Ada beberapa fungsi kemasan sebagai berikut:

##### **a. Fungsi Tradisional**

Fungsi kemasan hanya dilihat dari fungsi tradisionalnya yaitu hanya untuk membungkus makanan dan minuman agar dibawa dan tidak tumpah. Fungsi ini mulai dilakukan saat belum dikenalnya perdagangan moderen.

##### **b. Fungsi Keamanan dan Manfaat**

Kemajuan teknologi dibidang pangan, kemasan tidak hanya sebagai pelindung tetapi juga sebagai pengawet . Kemasan tidak boleh mengandung bahan berbahaya yang dapat menimbulkan keracunan, kesakitan atau kematian. Kemasan harus melindungi makanan dan minuman dari ancaman bahaya fisik, kimia dan biologis yang dapat timbul selama proses produksi sampai distribusi.

##### **c. Fungsi Marketing**

Fungsi Marketing suatu produk menjadi tuntutan yang lusr biasa di tengah persaingan yang mendunia. Belum lagi sebuah produk import dan perusahaan besar yang sering membuat konsumen bingung. Hal inilah yang mewajibkan suatu kemasan makanan dapat memberikan identitas bagi produk yang ditawarkan.

#### **2.1.2 Advertising**

### **2.1.2.1 Definisi Advertising**

Menurut Dr. Buchari Lama (1992, p139) istilah advertising adalah merupakan bagian dari promosi penjualan. Promosi penjualan artinya setiap usaha yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

### **2.1.2.2 Manfaat Promosi**

Promosi adalah salah satu bagian penjualan yang dapat menunjang atau meningkatkan laba suatu perusahaan. Sehingga promosi menjadi salah satu media yang sangat penting, ada beberapa manfaat promosi :

1. Mengetahui yang diinginkan oleh konsumen.
2. Mengetahui tingkat kebutuhan konsumen terhadap suatu produk
3. Mengetahui harga yang sesuai dengan kondisi pasar
4. Mengetahui strategy promosi yang tepat
5. Meningkatkan pendapatan suatu perusahaan

### **2.1.2.3 Media Promosi**

Menurut Julian Cummins (1990, p11) promosi memiliki beberapa media atau alat promosi diantaranya yaitu:

1. Iklan : ruang, waktu atau naskah yang dibeli untuk mempromosikan produk atau jasa.
2. Promosi penjualan : insentif dan tawaran yang mendorong orang untuk membeli produk atau jasa.
3. Publisitas : berita dan informasi tentang produk atau jasa yang dibayar secara langsung.
4. Penjualan secara personal : penyampaian secara pribadi produk atau jasa kepada calon pelanggan.

5. Pemasaran langsung : penyampaian kepada calon pelanggan tidak secara pribadi, tetapi mereka dapat langsung memberikan tanggapan.

### **2.1.3 Kue Keranjang**

#### **2.1.3.1 Pengertian Kue Keranjang**

Kue keranjang adalah kue yang selalu ada pada saat tahun baru Imlek. Bahan dasar kue keranjang adalah tepung ketan dan gula, warna kue keranjang adalah coklat dan berasa manis saat di makan. Kue keranjang memiliki bentuk yang bulat.

Kue keranjang ini dipercaya ditujukan untuk hidangan untuk menyenangkan Dewa Tungku agar membawa laporan yang menyenangkan kepada raja Surga yang bernama Yu Huang Da Di. Selain itu bentuk yang bulat memiliki makna agar keluarga yang merayakan Imlek dapat terus bersatu, rukun dan bulat tekad dalam menghadapi tahu baru yang akan datang. (R. Rafael Soenarto dan tim budaya tionghua.net, 2013p 398)

#### **2.1.3.2 Filosofi kue keranjang**

Kue keranjang terbuat dari tepung ketan dan gula sehingga lengket dan manis dan lengket. Lengket melambangkan kerekatan dan keragaman anggota keluarga dan manis melambangkan semua harapan baik dan manis. (R. Rafael Soenarto dan tim budaya tionghua.net, 2013 p 248)

## **2.2 Kriteria Penilaian Kemasan**

Sebuah kemasan harus memiliki kriteria penilaian yang dapat membuat masyarakat puas dan membuat penjualan menjadi lancar, berikut kriter yang diperlukan untuk menarik konsumen:

- Kemasan yang menjamin dapat melindungi produk.
- Kemasan yang mudah di buka atau ditutup kembali untuk disimpan.
- Kemasan dengan porsi yang sesuai untuk produk makanan atau minuman untuk pembelian eceran.
- Kemasan yang dapat digunakan kembali.

- Kemasan yang mudah di bawa atau dipegang. (Menurut Wirya, 1999, p.15)

## **2.3 Data Produk**

### **2.3.1. Jenis Produk**

Jenis produk yang di jual oleh perusahaan Lampion adalah kue keranjang dan bola-bola kue keranjang.

### **2.3.2. Merk/Brand**

Perusahaan yang akan di rancang kemasanya adalah perusahaan Lampion, perusahaan ini berkerja di bidang makanan. Yang sudah berdiri sejak tahun 2010 yang dikelola oleh bapak Christianto Harsono. Perusahaan ini hanya menjual kue keranjang dalam kemasan kardus yang berisi 5 kilogram setiap kardusnya. Belum ada kemasan yang dipakai untuk isi perkilo atau pun untuk kemasan perbiji. Dengan berkembangnya perusahaan, mereka membuat satu inovasi baru yang menggunakan bahan dasar kue keranjang yang di bernama bola-bola kue keranjang. Dan belum mempunyai kemasan yang sesuai untuk bola-bola kue keranjang.

### **2.3.3 Spesifikasi Produk, Diferensiasi, USP dan *Positioning***

#### **2.3.3.1 Spesifikasi Poduk**

Lampion adalah perusahaan yang menjual kue keranjang, memiliki 2 jenis kue keranjang yaitu kue keranjang yang berisi 4 dan berisi 5 biji dan juga memiliki satu jenis makanan yang terbuat dari kue keranjang memiliki 2 jenis makan yaitu bola-bola kue keranjang yang siap makana dan yang beku. Harga untuk kue keranjang per 1 kilogram adalah Rp 21.000,00.

#### **2.3.3.2 *Positioning* dan USP**

Lampion adalah merek kue tradisional China yang memiliki varian bentuk dan rasa produk kue-kue keranjang. Hal ini berbeda dengan kompetitor yang hanya menjual satu varian kue keranjang saja yaitu bentuk tabung dan rasa

original. Lampion tidak hanya menjual kue keranjang tetapi juga menjual bola-bola kue keranjang dengan berbagai rasa yaitu rasa original, coklat dan keju. Lampion memiliki rasa dan tekstur sama dengan yang lain, tetapi memiliki bentuk yang berbeda dengan kompetitor yaitu memiliki bentuk yang bulat dan memiliki beranekaragam rasa.

### **2.3.3.3 Deferensiasi**

Lampion memiliki beberapa produk kue keranjang yaitu kue keranjang yang berbeda dengan kompetitor, tetapi untuk kue keranjang yang umum dijual pada saat Imlek tidak ada perbedaan dengan kompetitor. Lampion memiliki sebuah produk makanan yang unik dan berbeda dari kompetitor untuk memenuhi keinginan konsumen dan juga lebih akrab dengan konsumen. Kue keranjang makanan tradisional khas etnis Tionghua yang menjadia oleh-oleh khas Surakarta. Produk ini tidak menggunakan zat kimia dan juga memiliki PIRT. Memiliki bentuk yang bulat dan tabung, memiliki bervariasi rasa dan ukuran yang berbeda yaitu ukuran besar dan kecil.

### **2.3.4 Konsumen**

Konsumen untuk produk kue keranjang dan bola-bola kue keranjang adalah wanita berumur 30 hingga 50 tahun. Khususnya untuk ibu-ibu yang suka belanja atau yang suka dengan kue keranjang, untuk membeli kue keranjang merek Lampion untuk dinikmati bersama keluarga atau untuk dibagikan pada saudara, tetangga atau orang lain sebagai oleh-oleh saat acara Imlek.

### **2.3.5 Wilayah Pemasaran**

Wilayah pemasaran adalah Surakarta.

### **2.3.6 Sistem Pemasaran**

Penjualan atau pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan Lampion hanya melalui teman dari mulut ke mulut.

### 2.3.7 Data Visual



Gambar 2.9 : Produk Kue keranjang merek Lampion

## 2.4 Data Kompetitor

### 2.4.1 Jenis Produk

Produk yang dijual adalah Kue Keranjang.

### 2.4.2 Merk/*Brandname*

Dua naga adalah sebuah merek perusahaan rumahan yang menjual kue keranjang. Sudah ada sejak tahun 2000.

### 2.4.3 Spesifikasi Produk, Diferensiasi, USP dan *Positioning*

#### 2.4.3.1 Spesifikasi Produk

Harga kue keranjang untuk isi 4 dan 3 untuk 1 kilogram Rp 20.000,00

#### 2.4.3.2 USP dan *Positioning*

Dua naga adalah sebuah merek kue keranjang yang sudah memproduksi sejak tahun 2000. Bentuk kue keranjang yang berbentuk lingkaran, rapi dengan logo dua Liong yang di pake sangat mudah di ingat oleh konsumen. Untuk rasa sama degan competitor dan Lampion.

#### **2.4.3.3 Deferensiasi**

Dua Naga memiliki bentuk lingkaran sempurna dan rapi. Tidak menggunakan bahan kimia dan tanpa bahan pengawet. Harga yang murah dan rasa yang enak. Memiliki simbol merek yang lebih menarik.

#### **2.4.4 Konsumen**

Konsumen Dua Naga adalah ibu-ibu yang berusia 30-50 tahun yang suka atau yang gemar dengan kue keranjang.

#### **2.4.5 Wilayah Pemasaran**

Wilayah pemasaran Dua Naga adalah Surakarta.

#### **2.4.6 Sistem Pemasaran**

Sistem pemasaran Dua Naga menjual dengan menitipkan di toko-toko yang berada di pasar tradisional atau pun di tempat oleh-oleh.

#### **2.4.7 Data Visual/Kemasan**



Gambar 2.10 : Produk Kue Keranjang milik Dua Liong

## **2.5 Data Kompetitor II**

### **2.5.1 Jenis Produk**

Produk yang dijual adalah Kue Keranjang.

### **2.5.2 Merk/*Brandname***

Ny Tan adalah sebuah merek perusahaan yang sudah besar. Bentuk kue keranjang yang bulat dan rapi. Kemasan yang digunakan juga sangat menarik, merek yang digunakan menggunakan nama pemilik perusahaan agar masyarakat lebih mudah mengucapkan, lebih mudah dikenal, dan lebih mudah diingat oleh konsumen.

### **2.5.3 Spesifikasi Produk, Diferensiasi, USP dan *Positioning***

#### **2.5.3.1 Spesifikasi Produk.**

Harga kue keranjang untuk isi 2 ada harga yang berbeda-beda tergantung kemasan yang di gunakan. Harga untuk isi 2 adalah Rp 15.000,00 dan Rp 17.500,00

#### **2.5.3.2 USP dan *Positioning***

Ny Tan memiliki rasa yang manis dan tekstur yang lebih keras. Memiliki kemasan yang menarik dan unik untuk menarik perhatian masyarakat.

#### **2.5.3.3 Diferensiasi**

Ny Tan memiliki konsep yang kuat untuk mempromosikan produknya untuk masyarakat dalam bentuk visual ataupun verbal.

### **2.5.4 Konsumen**

Konsumen Ny Tan adalah semua masyarakat dan semua usia yang suka atau yang gemar dengan kue keranjang.

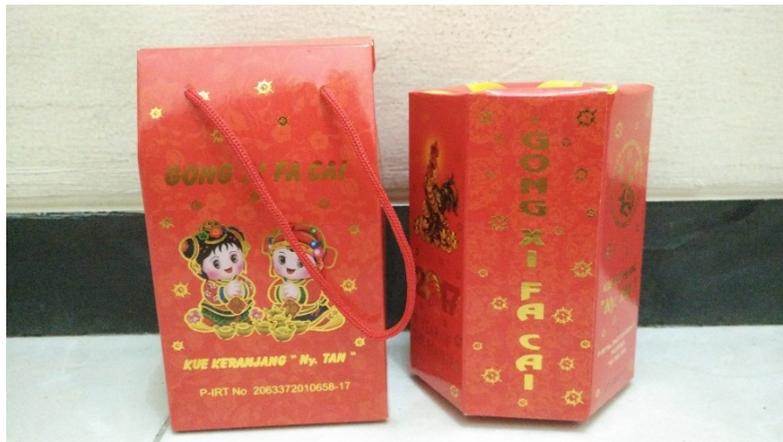
### **2.5.5 Wilayah Pemasaran**

Wilayah pemasaran Ny Tan adalah Seluruh pulau Jawa.

### 2.5.6 Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran Ny Tan menjual dengan menitipkan di toko-toko yang berada di pasar tradisional, di tempat oleh-oleh, supermarket, dan mini market.

### 2.5.7 Data Visual/Kemasan



Gambar 2.11 : Kemasan yang dipakai oleh Ny Tan

## 2.6 Analisis Data

### 2.6.1 Analisis Tujuan *Brand Positioning*

Lampion memiliki tujuan untuk memberikan penampilan, bentuk dan rasa yang berbeda dari yang lain untuk konsumen. Lebih mendekatkan produk ini kepada konsumen, supaya konsumen dapat mengetahui keunikan dan oleh-oleh Surakarta yang lain.

### 2.6.2 Analisis Kategori Produk

Produk yang diangkat untuk perancangan ini termasuk dalam kategori makanan ringan. Makanan ringan adalah produk yang langsung dapat dimakan. Makanan ini termasuk dalam kategori makanan yang tidak tahan lama dan juga dapat habis dalam sekali makanan atau beberapa kali makanan.

### 2.6.3 Analisis Kompetitor

Kompetitor Lampion adalah Dua Lion yang telah berdiri sudah cukup lama dan juga sudah di kenal oleh masyarakat Surakarta. Selain itu Ny Tan juga

menjual produk yang sama dan bersaing dalam bentuk, kualitas dan ukuran produk.

#### 2.6.4 Analisis Filtur Kemasan

Analisis yang digunakan adalah menggunakan metode SWOT meliputi kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman.

Tabel 2.1 Analisis SWOT kemasan Lampion

<i>Strenght</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyediakan jasa pengiriman untuk seluruh wilayah Surakarta. Pengiriman dilakukan sendiri sehingga barang lebih aman, dan terjamin.</li> <li>• Kue Keranjang yang dibuat tidak menggunakan bahan pengawet.</li> <li>• Memiliki berbagai varian rasa dan varian bentuk.</li> </ul>
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum memiliki kemasan yang khusus dan khas.</li> <li>• Promosi pemasaran hanya melalui mulut kemulut.</li> <li>• Barang hanya ada pada saat Imlek saja.</li> </ul>
<i>Oportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum adanya makanan khas Surakarta</li> <li>• Dapat menjadi oleh-oleh khas Surakarta.</li> </ul>
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Semakin banyak competitor yang menjual.</li> </ul>