

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Teh hijau merupakan jenis teh tertua yang prosesnya mengalami proses pemanasan dan pengeringan, sehingga warna hijau dapat dipertahankan. Teh hijau memiliki flavonoid sebagai antioksidan yang secara alamiah berada pada buah, sayur, dan minuman seperti teh dan anggur. Teh adalah minuman yang paling banyak dikonsumsi manusia setelah air dalam jumlah kira-kira 120 mL perkapita perhari (Jansen, 2002), maka dari itu Indonesia memiliki pasar yang sangat besar untuk memasarkan produk teh siap minum.

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan saling menciptakan sebuah penawaran dan saling bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Didalam pemasaran produk tidak selamanya akan berjalan dengan lancar sesuai keinginan perusahaan. Permasalahan produk meliputi banyak aspek seperti kualitas produk (bentuk, rasa, warna, tekstur, aroma, kenampakan), harga, kemasan, ukuran produk dan ukuran kemasan, kemudahan penggunaan/mengonsumsi dan sebagainya.

Pengemasan disebut juga pembungkusan, pewadahan atau pengepakan, dan merupakan salah satu cara pengawetan bahan hasil pertanian, karena pengemasan dapat memperpanjang umur simpan bahan. Pengemasan adalah wadah atau pembungkus yang dapat membantu mencegah atau mengurangi terjadinya kerusakan-kerusakan pada bahan yang dikemas. Pengemasan dalam sudut pandang marketing merupakan suatu media promosi suatu produk tersebut sendiri. Memiliki pengemasan

yang dapat menarik perhatian dengan desain botol, maupun label yang menarik dapat membuat konsumen menjadi lebih *favorable* untuk memilih suatu produk tertentu dengan merk tertentu.

Corncha merupakan produk teh hijau yang ditambah sari rambut jagung dan jahe yang dibuat rumahan. Produk ini memiliki potensi pasar sangat baik karena khasiatnya. Penjualan sebelumnya merupakan penjualan langsung dengan kapasitas produksi kecil sehingga kemungkinan produk langsung terjual habis besar. Hal ini menyebabkan desain kemasan tidak menjadi suatu perhatian yang besar karena pangsa pasar yang kecil. Namun hal tersebut tidak dapat digunakan bila produksi dinaikan menjadi skala industri masal. Desain dan bahan pengemas wajib mendapatkan perhatian lebih karena besarnya daya saing produk-produk di luar. Besarnya pasar serta kapasitas tidak memungkinkan produk langsung habis terjual sehingga bahan pengemas wajib memiliki standar yang lebih tinggi sehingga mutu produk terjaga dan memiliki desain yang menarik supaya dapat memenangkan pasar dan produk memiliki identitas diantara ribuan produk yang dijajakan.

1.2 Rumusan Masalah

Desain dan jenis pengemas apakah yang lebih cocok untuk menonjolkan produk serta sehingga produk memiliki *shelf life* yang lebih baik?

1.3 Tujuan

Untuk mengkaji desain serta jenis pengemas yang cocok untuk produksi skala massal yang berdasarkan pada kemampuan identifikasi produk serta adanya tambahan perlindungan pada produk selama disimpan.