

## **BAB II IDENTIFIKASI DATA**

### **A. Sejarah**

Masyarakat Sampang Kebumen yang diculik penjajah saat itu, penjajah mewajibkan mereka yang diculik untuk bekerja membuat kue pukis. Dulunya, resep kue pukis sendiri tidak pernah diceritakan kepada siapa pun. Tapi, entah mengapa seseorang di antara mereka ada yang mendapatkan bocoran tentang apa saja bahan yang digunakan untuk membuat pukis dan bagaimana cara pengerjaannya. Akhirnya, seseorang tersebut mengetahui semua tentang pembuatan pukis. Karena merasa bosan dijajah, seseorang yang tahu cara membuat pukis tadi berinisiatif untuk melarikan diri dari tempat penculikan tersebut dan berhasil lolos. Tanpa menunggu lama setelah lolos kabur, dia langsung mempraktikkan membuat pukis sendiri, dengan menggunakan Bahan-bahan berikut 500 gram tepung terigu, 250 gram gula pasir, 3 butir telur ayam, 600 cc santan kelapa, 1 sdt fermipan, 50 cc air hangat, 1 bungkus vanili bubuk, 100 gram margarin, dilelehkan Hasilnya, kue pukis ini jadi primadona dan terkenal sampai seluruh Indonesia.

Awal mula usaha pukis manise di kota solo sejak tahun 2016, yang didirikan oleh salah satu orang yang bernama Jufri berasal dari kota ambon yang merantau di kota solo. Saat itu usaha pukis dijalankan sendiri oleh pemiliknya dan salah satu temannya. Pukis manise sudah dikenal banyak oleh masyarakat luas, kebanyakan dari konsumen pukis sendiri

yaitu mahasiswa di berbagai kampus manapun, yang sudah menjadi makanan favorit. Pukis ini tidak sepi dari pelanggan karena pukis manise memiliki ciri khas sendiri, dibandingkan dengan pukis yang lain. Tidak hanya harganya yang murah dan yang paling mahal hanya 8000 dengan isi 10 pukis beserta toppingnya yang melimpah dengan kemasan menggunakan mika. Pukis manise memiliki berbagai topping yang banyak disukai oleh mahasiswa kebanyakan saat ini. Rasa topping yang melimpah seperti coklat galetto, coklat messes, coklat pasta, tiramisu, green tea , keju, selai blueberry, selai nanas, selai strawberry, selai melon, kacang dan original. Dan untuk tekstur kue pukis manise itu kalau disimpan di suhu ruang tidak gampang mengeras dibandingkan pukis yang lain. Kue pukis memiliki bentuk dan warna yang khas. Bagian atasnya berwarna kuning dan bagian bawahnya kecoklatan. Semakin banyaknya konsumen pukis hingga saat ini pukis manise semakin berkembang dan beralih menggunakan gerobak untuk berjualan yang dibuat sedemikian rupa. Pemilik pukis juga menambah karyawan untuk membantu produksi pembuatan adonan pukis hingga membantu berjualan pukis, sampai sekarang sudah ada 6 orang karyawan yang bekerja di pukis manis'e.

## **B. Produksi**

Dalam aspek produk, kue pukis termasuk makanan bertekstur basah dengan menggunakan Bahan-bahan berikut 500 gram tepung terigu, 250 gram gula pasir, 3 butir telur ayam, 600 cc santan kelapa, 1 sdt fermipan, 50 cc air hangat, 1 bungkus vanili bubuk, 100 gram margarin, dilelehkan Hasilnya, dan di jaman sekarang kue pukis sudah menggunakan topping<sup>2</sup> yang menarik untuk memikat konsumen untuk membeli.



**Gambar 2. Foto Proses Memasak Pukis  
(Muhammad Bagas Agung P, 2020)**



**Gambar 3. Foto Proses penambahan topping pada pukis  
( Muhammad Bagas Agung P, 2020 )**

### **C. Segmentasi dan Pemasaran**

Segmentasi pasar adalah pembagian sebuah pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda. Adapun tujuan dilakukannya segmentasi pasar yaitu untuk membagi pasar yang heterogen (berbeda-beda) menjadi kelompok pasar yang homogen (sejenis), di mana setiap kelompoknya bisa ditargetkan untuk memasarkan suatu produk sesuai dengan kebutuhan, keinginan, ataupun karakteristik pembeli yang ada di pasar tersebut. ( Philip Kotler dan Gary Amstrong )

- Demografi

Usia : 18 - 40 Tahun

Pendidikan : Mahasiswa

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

Warganegara : Indonesia

Agama : Semua Golongan

Status ekonomi : Menengah kebawah sampai menengah atas

- Geografis

Wilayah kota Solo tepatnya di kawasan Universitas Muhammadiyah Surakarta Kampus 4. Masyarakat atau mahasiswa memiliki antusias tinggi dengan jajanan dan dapat menjadi sasaran yang tepat sebagai informasi perancangan kemasan sebagai media visual branding.

- Psikografis

Masyarakat yang berusia 18 – 40 tahun yang memiliki rasa ingin tahu yang menginginkan jajanan, kuliner atau makanan dengan kualitas rasa enak untuk semua lapisan masyarakat yang membutuhkan waktu dan tempat sehingga mendapat kesegaran tubuh.

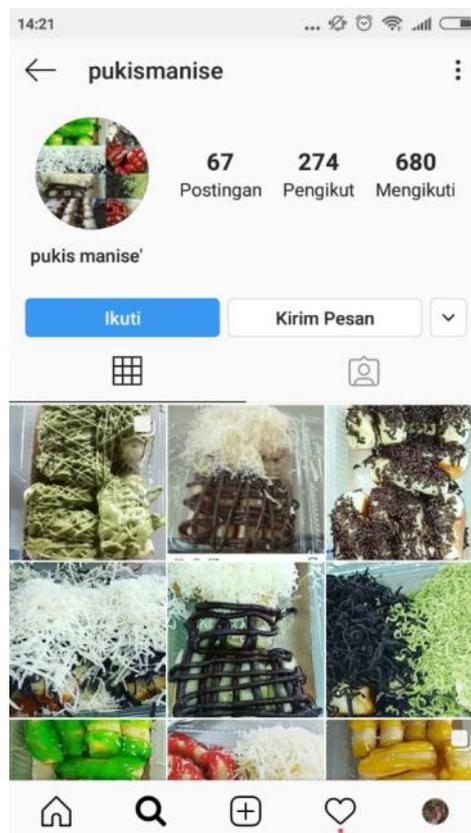
- Behavior

Masyarakat yang berusia 18 - 40 tahun memiliki kebiasaan berpergian sambil menambah wawasan baru dengan melihat sebuah desain kemasan dan memanfaatkan waktu yang tepat.

#### D. Promosi yang sudah di lakukan

Dengan Perkembangan teknologi yang canggih di jaman sekarang Pukis manise hanya mempromosikan di Instagram. Dengan ini mereka membutuhkan media cetak seperti kemasan yang menarik sebagai cara untuk mempromosikan produk mereka, dengan kemasan yg memiliki desain yang menarik konsumen akan tertarik untuk membeli produk mereka.

Media promosi yang dipakai sebelumnya melalui media sosial Instagram saja :



Gambar 4. Instagram Pukis Manise, 2019

## E. Analisa SWOT (Strenght, Weakness, Oppotunity, Threat)

Identifikasi data dalam perancangan kemasan ini menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, treat*). Panalis penjabaran dari analisisSWOT sebagai berikut :

|                                 | Pukis Manise  | Rokupang   | Pancong Balap   |
|---------------------------------|---|--|---|
| <b>Strength / Kekuatan</b>      | <ul style="list-style-type: none"><li>- Harga lebih terjangkau</li><li>- Topping menu yang variatif</li><li>- Topping yang melimpah</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Sudah banyak dikenal masyarakat</li><li>- Sudah memiliki beberapa outlet di berbagai kota</li><li>- Mempunyai 2 varian rasa manis dan asin</li><li>- Mempunyai kemasan sendiri</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Harga lebih terjangkau</li><li>- Topping menu yang variatif</li></ul>   |
| <b>Weakness / Kelemahan</b>     | <ul style="list-style-type: none"><li>- Promosi yang minim</li><li>- Brand yang belum kuat</li><li>- Tidak memiliki kemasan sendiri</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Lahan parkir yang kurang nyaman</li><li>- Letak kurang strategis</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Promosi yang minim</li><li>- Brand yang belum kuat</li><li>- Lahan parkir yang kurang nyaman</li><li>- Tidak memiliki kemasan sendiri</li></ul> |
| <b>Opportunity / Kesempatan</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Disekitaran UMS jarang yang berjualan pukis</li><li>- Tiap hari selalu rame pembeli</li></ul>         | <ul style="list-style-type: none"><li>- Sudah banyak food vloger yang mereview dan mempromosikan</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Disekitara jarang yang berjualan pancong</li></ul>  |
| <b>Threats</b>                  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Banyaknya perusahaan lain yang sudah luas promosinya</li></ul>  |  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Konsumen yang lebih tertarik kepada produk lain dari perusahaan pesaing</li></ul>   |