

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Susu Kambing Etawa adalah Susu kambing segar yang memiliki kandungan protein terbaik yang lebih baik daripada susu sapi. Bahkan kandungan protein yang terkandung dalam susu kambing etawa hampir setara dengan Air Susu Ibu (ASI) dan lebih baik daripada telur, sehingga susu kambing etawa memiliki khasiat dan manfaat yang lebih dari susu sapi akan tetapi jika diminum langsung ada sedikit rasa bau amis yang mengganggu, oleh karena itu kita dapat menambahkan campuran campuran rasa jahe, kayu manis, dan gula merah. (Sumber : Pemilik Usaha Susu Kambing Etawa Desa Bakaran Batu Medan 03 Mei 2020)

Susu Kambing Etawa Desa Bakaran Batu Medan adalah salah satu usaha peternakan susu kambing etawa dengan lokasi Jalan Batang Kuis Desa Bakaran Batu Kecamatan Percut Sei Tuan Medan. Perusahaan ini bergerak dibidang pengelolaan susu kambing etawa yang dibangun pada bulan Maret 2011.

Perkembangan zaman yang semakin pesat menyebabkan *trend* terus berganti dari tahun ke tahun. Hal ini tidak hanya berlaku dalam gaya hidup, tetapi juga berlaku untuk produk kuliner. Minuman ataupun makanan dituntut agar terus mengikuti *trend* atau membangun *trend* agar tetap menjaga popularitasnya. Saat ini *trend* yang paling kuat adalah Minuman ataupun makanan yang memiliki tampilan yang menarik dan dapat merebut hati para konsumennya.

Persepsi masyarakat akan susu kambing kurang dikenal dibandingkan dengan susu sapi. Itu disebabkan karena susu sapi mudah ditemukan berbagai kalangan masyarakat dibandingkan susu kambing. Terkadang masih ada ditemukan berbagai persepsi masyarakat yang kurang baik terhadap konsumsi susu kambing yaitu berbau prengus atau amis dan ini menjadi salah satu alasan masyarakat kurang meminati susu kambing . Selain itu, sulitnya mencari lokasi penjualan bahkan sekalipun ada, kemasan yang di berikan hanya berupa derigen dan masih minimnya promosi produk susu kambing menyebabkan responden belum banyak yang mengetahui manfaat susu kambing pada tubuh manusia.

Kemasan yang menarik dapat menjadi daya tarik masyarakat yang melihatnya. Penjual mengenalkan produk-produk mereka dengan menggunakan media sosial karena media sosial banyak di akses anak anak muda. Kota Medan memiliki banyak minuman khas, salah satu contohnya susu kambing etawa yang sudah mulai ditinggalkan masyarakat walaupun manfaat dari susu kambing tersebut tidak kalah dengan manfaat susu sapi dan lainnya.

Popularitas yang menurun ini dapat kembali ditingkatkan dengan cara melakukan *Branding* logo dan Kemasan dengan strategi marketing yang baik. *Branding* menjadi solusi karena susu kambing etawa tertinggal dari minuman lain hanya pada segmen ini. Telah diketahui susu kambing etawa biasanya terdapat di pedesaan yang memiliki peternakan kambing etawa dan dijual hanya dengan pesan media telepon (*home business*). Membuat *branding* yang tepat maka susu kambing etawa dapat dinikmati dan tentunya banyak diminati masyarakat dari *brand image* yang dibangun serta pemasaran yang tepat sasaran dengan

menjangkau kalangan masyarakat sekarang dari media sosial ataupun media yang disukai banyak anak milenial sekarang. Salah satu usaha dalam *branding* susu kambing etawa adalah membuat *brand image* yang menarik dan merubah bentuk ataupun gaya dari konsep tradisional ke konsep yang lebih *modern* dan kemasan dari susu kambing etawa juga dibuat menjadi lebih menarik dan sederhana sehingga akan menjadi keunikan tersendiri.

Dalam Komunikasi pemasaran brand atau yang dikenal dengan brand bukan sekedar nama dan logo, brand merupakan janji satu organisasi (satuan kerja) kepada pelanggan untuk memberikan apa yang menjadi prinsip brand tersebut. Tidak hanya manfaat fungsional melainkan manfaat emosional, ekspresi diri dan social. Namun brand juga bukan hanya sekedar memenuhi janji. Brand adalah sebuah perjalanan panjang yang berkembang berdasarkan persepsi dan pengalaman serta penilaian, kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang berhubungan dengan brand tersebut.

Dengan Branding yang tepat susu kambing etawa akan dapat merebut minat para konsumen dengan cepat dan bermanfaat bagi masyarakat. Agar masyarakat terus mengkonsumsi susu kambing yang kaya akan manfaatnya pada tubuh serta memiliki pelanggan tetap. Berdasarkan penjelasan di atas penulis mengangkat judul skripsi karya ini adalah **“Branding Susu Kambing Etawa Desa Bakaran Batu Medan”**

I.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah, yaitu bagaimana cara menjadikan minuman susu kambing Etawa menarik minat masyarakat melalui *branding* design yang baru.

I.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yaitu membuat *branding* logo Susu Kambing Etawa sebagai *Brand Image* usaha agar usaha tersebut memiliki identitasnya sendiri dan dapat dikenal dikalangan masyarakat. Media yang akan di buat yaitu desain kemasan, stand both, infografis, pin, manual book, dan gantungan kunci.

I.4. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari pengerjaan karya ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan penjualan karena pembaharuan kemasan serta tampilan.
2. Dapat bersaing dengan minuman modern yang ramai di sekitar masyarakat saat ini.
3. Masyarakat lebih sadar akan manfaat minuman susu kambing etawa dibanding dengan minuman lainnya.
4. Kemasan yang digunakan lebih ramah lingkungan, lebih minimalis dan bisa dibawa kemana saja.

I.5. Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari pengerjaan karya ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan penjualan dan meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap minuman kesehatan di Indonesia khususnya susu kambing Etawa
2. Minuman kesehatan susu kambing Etawa dapat bersaing dengan minuman modern lainnya.
3. Jika produk memiliki kualitas yang bagus meskipun harga yang ditawarkan tinggi, konsumen akan menganggap produk tersebut layak untuk dibeli.
4. Jika penjualan sudah meningkat maka usaha tersebut dapat meraih keuntungan yang lebih besar dan usaha tersebut dapat lebih berkembang