

BAB I

PENDAHALUAN

A. Latar Belakang

Di era revolusi industri 4.0 saat ini memaksa para pelaku industri untuk mengembangkan produk yang ditawarkan agar mampu bersaing serta berkompetisi dalam dunia industri yang dinilai mengalami kemajuan dengan sangat pesat. Sektor industri memiliki peran yang sangat besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh kemampuan yang dimiliki dalam menciptakan nilai tambah yang tinggi. Industri dianggap mampu untuk menciptakan dan membuka lapangan kerja yang dapat mengurangi angka pengangguran, sehingga mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan (Yulawati, 2017).

Sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Sebagian besar UMKM yang ada di Indonesia merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat membuka banyak peluang kerja (Kemenkeu, 2023). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha yang paling banyak di Indonesia. UMKM memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan usaha-usaha besar dikarenakan dengan bermodal kecil sudah bisa mempunyai usaha. Kehadiran UMKM sangat memberikan dampak yang baik bagi perekonomian, UMKM juga mampu menopang dan menyejahterakan rakyat serta menanggulangi kemiskinan (Ismail & Dermawan, 2023).

Salah satu pilar utama pembangunan ekonomi Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang terus di dorong untuk naik kelas sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar bagi perekonomian dan menyerap

lebih banyak tenaga kerja. Sektor UMKM memberikan kontribusi sebesar 61% yang setara dengan Rp 9.580 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) bahkan UMKM berkontribusi sebesar 97% terhadap penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, terdapat 65,5 juta UMKM di Indonesia yang jumlah keseluruhan unitnya mencapai 99% (Kemenko, 2023). Dengan adanya data diatas maka dapat disimpulkan bahwa UMKM memberikan kontribusi besar bagi perekonomian Indonesia. Selain itu, UMKM dianggap memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga dapat membantu menjaga stabilitas sistem keuangan dan perekonomian.

Secara umum, tujuan dari adanya pengembangan UMKM dapat meningkatkan penjualan dan memperluas akses pasar. UMKM banyak diminati oleh pelaku usaha di Indonesia. Hal ini disebabkan karena pengelolaan UMKM jauh lebih mudah, dan dari segi biaya tidak membutuhkan biaya yang terlalu besar, serta berbagai kalangan dapat menjangkaunya. Terdapat dua jenis kategori utama dalam ekonomi yaitu barang dan jasa yang banyak ditawarkan di pasaran. Barang menyediakan kebutuhan fisik bagi manusia seperti makanan, pakaian, dan tempat tinggal, sedangkan jasa menyediakan kebutuhan non-fisik bagi manusia seperti kesehatan, pendidikan, dan hiburan. UMKM yang mengelola bisnis di bidang kuliner berusaha untuk terus memaksimalkan kualitas dari produk yang mereka tawarkan baik dari segi rasa maupun tampilan kemasan yang digunakan.

Salah satu hal yang terpenting pada produk ialah kemasan, yang mempunyai fungsi untuk melindungi produk dan sebagai sarana promosi dalam memikat konsumen sehingga konsumen memutuskan untuk membeli produk (Susetyarsi, 2012). Kemasan yang masih sederhana merupakan salah satu faktor permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM. Pada umumnya desain kemasan sangat mempengaruhi fisik dari produk. Dengan demikian, pengaruh dari segi bentuk, bahan, warna, dan desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen.

Perilaku konsumen yang semakin kritis terhadap kemasan produk, terutama yang berkaitan dengan produk makanan, perlu untuk diperhatikan. Konsumen akan memilih bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, aman, dan mencegah kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi tambahan pada produk (Widiati, 2020).

Faktor yang sangat penting adalah fitur yang melekat pada produk itu sendiri, yaitu kemasan. Kemasan yang dibuat dengan cermat dari segi bahan, ukuran, warna, dan desain gambar dapat menarik pelanggan (Fasya & Rahwana, 2021). Tingkat produktivitas yang rendah, nilai tambah yang rendah, dan kualitas produk yang rendah merupakan bentuk dari kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar pelaku usaha di Indonesia, terutama UMKM. Kemasan merupakan salah satu elemen penting dalam visual produk (Suherlan, 2018). Dengan menggunakan kemasan yang inovatif dan komunikatif maka dapat meningkatkan daya saing sebuah produk di pasaran. Jadi fungsi dari kemasan yang digunakan tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi bisa menjadi sarana komunikasi produsen kepada konsumen seperti menyertakan informasi terkait produk, komposisi, dan lainnya (Istianah, 2022).

Pada saat ini kemasan dianggap sebagai bagian dari pemasaran yang tidak dapat dipisahkan. Desain produk merupakan satu faktor kunci yang dapat meningkatkan suatu pemasaran dengan produsen konsumen. Melalui desain yang unik, bentuk atau ukuran yang pas, warna yang variatif, dan informasi kemasan ditinjau sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk. Dengan demikian, hal tersebut menunjukkan bahwa desain produk sangat berpengaruh pada minat konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan (Setiawandari dkk., 2022).

Tampilan kemasan secara langsung berpengaruh dimata konsumen, karena melalui kemasan konsumen dapat memperoleh informasi terkait produk yang ada

di dalamnya, karena kemasan mampu memberikan citra tersendiri dimata konsumen sehingga konsumen dapat memutuskan untuk membeli atau tidak produk yang ditawarkan (Apriyanti, 2018).

Salah satu kemasan yang umumnya digunakan sebagai wadah makanan adalah *styrofoam*. *Styrofoam* terbuat dari polimer-polimer yang asalnya dari bahan kimia aditif. Zat-zat aditif yang terkandung di dalamnya dapat bermigrasi ke makanan yang dikemas, karena bersifat karsinogenik dan berbahaya bagi manusia. Bahan pembangun yang digunakan pada *styrofoam* adalah polisterin, yang merupakan suatu jenis plastik yang sangat ringan, tembus cahaya, kaku, murah, dan cepat rapuh. Keunggulan dari *styrofoam* adalah karena praktis, dan setelah digunakan dapat langsung dibuang. Selain itu, *styrofoam* dapat menahan suhu panas makanan, tetapi wadah ini bersifat karsinogenik yang artinya zat tersebut dapat memicu pertumbuhan sel kanker di dalam tubuh. Zat-zat yang terkandung di dalam *styrofoam* jika masuk ke dalam makanan akan menjadi racun dan menyebabkan gangguan pada sistem endokrin dan sistem reproduksi.

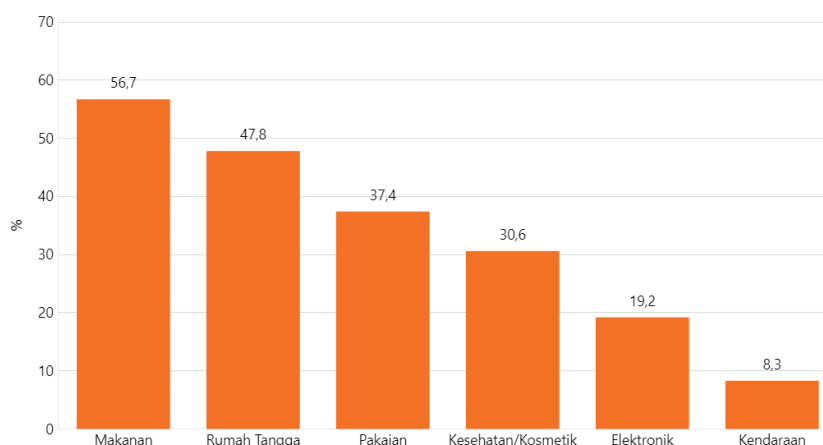
Polystyrene adalah bahan yang digunakan untuk membuat *styrofoam*. ketika bersentuhan dengan makanan, *polystyrene* dapat mengeluarkan bahan *styrene* yang terbuat dari polimer aromatik dan harus dihindari penggunaannya karena mempunyai dampak yang berbahaya bagi kesehatan otak, gangguan bagi sistem reproduksi, sistem saraf, serta sulit untuk didaur ulang (Utomo & Solin, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari & Magfirah (2022) penjaja makanan sadar bahwa penggunaan *styrofoam* tidak baik untuk kesehatan, hal yang menyebabkan penjaja masih menggunakan *styrofoam* karena mudah di dapat di pasaran dan harga yang ditawarkan murah. Namun dibalik harga yang murah banyak sekali kelemahan dari penggunaan *styrofoam*. Zat – zat yang terkandung di dalam *styrofoam* secara akut dapat berakibat fatal yaitu menyebabkan iritasi pada mata, tenggorokan, hidung, bahkan ketidaksadaran

(Santhi, 2016). Dengan demikian, penggunaan *styrofoam* jika digunakan sebagai wadah makanan dapat menyebabkan makanan menjadi beracun, dan jika makanan dan minuman yang disimpan semakin panas maka semakin cepat zat-zat beracun meresap ke makanan (Mukminah, 2019).

Packaging dengan bahan dasar kertas dapat menjadi salah satu alternatif *styrofoam*, kertas bersifat biodegradable, tidak mengandung bahan kimia beracun, mudah untuk didaur ulang dan kemasan ramah lingkungan mengurangi penggunaan bahan berbahaya dan limbah serta ketergantungan pada plastik (Surya dkk., 2023).

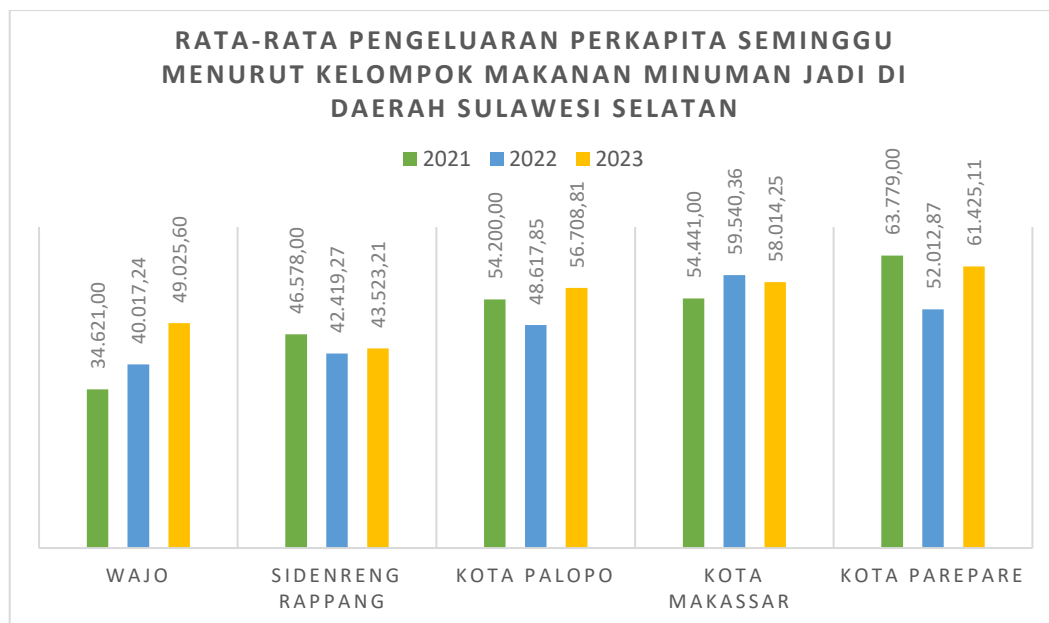
Gambar 1
Jenis Produk Ramah Lingkungan



Sumber: Databoks, 2021.

Berdasarkan data diatas, menunjukkan bahwa jenis produk ramah lingkungan yang paling banyak dibeli adalah makanan dengan total 56,7%. Sebagian besar responden sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dengan menggunakan produk ramah lingkungan. Terdapat sebanyak 62,9% responden pernah membeli produk ramah lingkungan, dan hanya 37,1% responden mengaku tidak pernah membeli produk ramah lingkungan.

Gambar 2
Rata-Rata Pengeluaran Perkapita Seminggu



Sumber: BPS, 2023 (diolah oleh peneliti).

Data diatas menunjukkan pada tahun 2021 pengeluaran perkapita seminggu menurut kelompok makanan minuman jadi di daerah Sulawesi Selatan sebesar 33,16% namun terjadi penurunan pada tahun 2022 sebesar 1,44% dan menjadi 31,72% akan tetapi, pada tahun 2023 terjadi peningkatan sebesar 3,41% dengan total 35,13%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan terhadap pengeluaran per kapita seminggu kelompok makanan minuman jadi di daerah Sulawesi Selatan. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa industri makanan sangat berperan aktif untuk meningkatkan produk domestik bruto bagi perekonomian bangsa.

Pada dasarnya kemasan berfungsi sebagai wadah untuk melindungi dan memudahkan suatu produk untuk dibawa, namun seiring berkembangnya zaman, kemasan dituntut untuk mampu menumbuhkan daya tarik konsumen untuk membeli produk. Dalam merancang kemasan produk perlu adanya ide – ide yang mencerminkan keunggulan sebuah produk atau merek sehingga tampilan desain packaging harus menarik hati konsumen (Anindyawati & Laeshita, 2023). Philip

Kotler mengemukakan pendapat bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat dijual, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen (Parningotan dkk., 2024:2).

Menurut Suyatno pengembangan produk merupakan aktivitas pembuat barang dari perantara yang bertujuan untuk menyesuaikan barang-barang yang dibuat dan ditawarkan agar dapat dijual atas permintaan pembeli. Pengembangan produk meliputi penentuan dari kualitas, bentuk, daya tarik, ukuran, cap tanda, *labelling*, pembungkus, dan yang lainnya untuk menyesuaikan selera dari konsumen (Muniarty dkk., 2023).

Kotler dan Keller mengatakan bahwa pengembangan produk merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya dengan memasukkan produk baru atau produk yang dimodifikasi ke segmen pasar yang saat ini dimiliki perusahaan (Parningotan dkk., 2024:24). Menurut Loch & Kavadias mengemukakan pendapat bahwa strategi pengembangan produk dapat dilakukan dengan prosedur peningkatan gaya item, nilai suatu produk dapat meningkat dengan desain yang menarik, memilih warna produk, dan menggunakan kemasan yang dapat meningkatkan nilai produk (Muniarty dkk., 2023).

Warung Limboto merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang industri makanan. Usaha ini merupakan usaha rumahan yang didirikan sejak tahun 2016. Warung Limboto terletak di Jl. Sungai Limboto No. 135, Maradekaya Utara, Kecamatan Makassar, Kota Makassar. Pada awalnya Warung Limboto menawarkan makanan dan minuman akan tetapi sejak pandemic *Covid-19* UMKM tersebut hanya memusatkan pada penjualan makanan. Warung Limboto menawarkan berbagai jenis makanan diantaranya nasi kuning, nasi campur, nasi goreng, mie goreng, dan mie kuah.

Gambar 3
Kemasan Pada Warung Limboto



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2024.

UMKM Warung Limboto dalam menawarkan produknya saat ini masih menggunakan *styrofoam* yang dijadikan wadah untuk berbagai jenis makanan yang ditawarkan. Kemasan yang digunakan saat ini masih memiliki beberapa kekurangan bahkan berbahaya bagi tubuh manusia. Oleh karena itu, untuk mencegah bahaya tersebut dapat menggunakan alternatif wadah kemasan yang telah terindikasi *food grade*. Kemudian UMKM Warung Limboto telah memiliki logo untuk usahanya.

Dalam penelitian yang dilakukan Pramesti & Susilawati (2021) memberikan pendapat bahwa desain kemasan merupakan suatu bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, warna, struktur, material, tipografi, citra, dan elemen-elemen desain yang memberikan informasi mengenai produk agar dapat dipasarkan. Fungsi dari desain kemasan adalah membungkus, melindungi, menyimpan, mengirim, mengeluarkan, mengidentifikasi, dan membedakan produk di pasar. Oleh sebab itu, desain kemasan berfungsi sebagai pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian produk secara unik. Desain kemasan produk tidak hanya digunakan sebagai wadah makanan dan alat promosi, tetapi mampu menarik perhatian dan minat konsumen untuk membeli produk (Juliasari & Liyundira, 2022).

Gambar 4
Logo Warung Limboto



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2024.

Logo diatas merupakan logo Warung Limboto yang digunakan sebagai identitas produk. Namun berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, belum ada logo yang digunakan pada kemasan produk, sehingga konsumen tidak mengetahui mengenai informasi dari UMKM tersebut.

Gambar 5
Data Penjualan Warung Limboto



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2024.

Data penjualan diatas menunjukkan terdapat 109 pelanggan yang telah melakukan pembelian dalam 30 hari terakhir melalui aplikasi Grab sebagai layanan pesan antar makanan, oleh karena itu kelompok pelanggan yang membeli lebih banyak golongan pelanggan tetap dibandingkan dengan pelanggan baru dan tidak tetap.

Menurut Apriyanti (2018) terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menciptakan kemasan produk terbaik yang dapat memikat hati konsumen, yaitu dengan membuat kemasan produk yang unik agar terkesan lebih menarik dan berbeda dari produk pesaing, kemudian menyesuaikan desain kemasan dengan produk, jika produk yang ditawarkan produk kuliner maka desain kemasan yang ditawarkan berupa gambar dari kuliner yang ditawarkan, membuat kemasan yang ramah lingkungan sehingga dapat berperan untuk melestarikan lingkungan.

Berdasarkan dari hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui observasi dan wawancara dimana pemilik usaha ingin mengembangkan kemasan produknya, hal ini disebabkan karena kemasan *styrofoam* yang digunakan biasanya mengalami kebocoran, tidak kokoh, dan tidak baik jika digunakan pada produk makanan yang ditawarkan serta pemilik usaha mengatakan belum mengetahui bagaimana desain yang baik untuk kemasannya. Warung Limboto sudah memiliki logo sebagai identitas usahanya, tetapi tidak ditampilkan pada kemasan. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini akan difokuskan pada pengembangan desain kemasan yang dapat menunjukkan logo, *contact person*, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh Warung Limboto. Kemudian, pengembangan kemasan akan difokuskan pada kemasan yang ramah lingkungan, mudah digunakan, tidak mudah bocor, tahan panas, dan tidak berbahaya bagi kesehatan tubuh.

Oleh karena itu, pengembangan desain kemasan diharapkan dapat mengatasi kelemahan yang digunakan pada kemasan saat ini dan mampu menciptakan kemasan yang menarik dan berkualitas *food grade*. Dengan demikian, judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah **“Pengembangan Desain Kemasan *Food Grade* Pada Industri F&B”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana desain kemasan *food grade* pada Warung Limboto?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh desain kemasan *food grade* pada Warung Limboto.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini mencakup manfaat teoritis dan manfaat praktis, di antaranya:

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah hasil penelitian dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk memecahkan masalah pengembangan produk dan dapat digunakan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah hasil penelitian ini dapat menjadi alternatif yang tepat dalam melakukan pengembangan produk yang akan dilakukan di Warung Limboto, sehingga Warung Limboto akan lebih dikenal oleh konsumen.