

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Makan adalah salah satu hal yang sangat penting yang harus di penuhi oleh setiap manusia. Makan termasuk ke dalam kebutuhan primer. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang berkaitan dengan keberlangsungan kehidupan manusia, bersifat mendasar dan harus dipenuhi. Salah satu jenis makanan adalah makanan jajanan. Ahli Gizi Indonesia (2009) mendefenisikan makanan jajanan adalah makanan atau minuman yang diproduksi oleh pengusaha dengan modal kecil dijual dan dikonsumsi di tempat yang ramai, seperti daerah tempat tinggal, jalanan, dengan cara berkeliling, menetap, atau kombinasi kedua cara tersebut, dan berupa makanan utama atau selingan. Makanan jajanan terbagi dua yaitu jenis berat atau makanan utama yang biasa dimakan secara rutin oleh masyarakat, dan makanan jajanan jenis ringan yaitu makanan yang sering konsumis di diluar makanan utama yang sering juga disebut dengan makanan selingan, bisa dimakan pada antara sarapan dan makan siang seperti aneka kudapan dan aneka jajanan pasar.

Keripik adalah salah satu contoh makanan sampingan yang favorit yang sering di makanan masyarakat, khususnya masyarakat indonesia. Kerupuk di sukai banyak orang karena rasanya yang cocok dengan berbagai macam makanan lain, contohnya dengan nasi. Kerupuk biasanya di buat dengan campuran tepung tapioka dan bahan perasa lainnya seperti ikan, udang, dan lain-lain. Terdapat berbagai macam jenis kerupuk yang terdapat di Indonesia, ini dikarenakan banyak daerah yang makanan khasnya kerupuk. Contoh kerupuk yang ada di Indonesia adalah keripik pisang, kerupuk, kerupuk udang, kue sapik, dan lain-lain.

Meskipun kerupuk seringkali di konsumsi hanya sebagai pelengkap, tetapi usaha kerupuk memiliki potensi yang sangat besar karena budaya tidak langsung dari masyarakat indonesia yang sangat menyukai kerupuk. Kebanyakan kerupuk di produksi pada industri kecil menengah dan industri rumah tangga. Tetapi

karena potensi dan minat dari masyarakat sangat besar terhadap kerupuk sehingga industri kerupuk ini sangat mungkin untuk menjadi industri yang lebih besar.

Berdasarkan data BPS Sumatera Barat, dan dapat di lihat pada **Tabel 1.1.**, Kabupaten Agam mempunyai jumlah penduduk sebanyak 491.282 penduduk dengan laju pertumbuhan penduduk per tahun 0,82% pada tahun 2019, yang mana merupakan Kabupaten kedua terbesar setelah Kota Padang dalam hal jumlah penduduk (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, 2020). Tingginya jumlah penduduk Kabupaten Agam akan berbanding lurus dengan tingginya tingkat konsumsi masyarakat yang akan memberikan peluang yang besar bagi sektor usaha makanan, khususnya usaha kerupuk.

Tabel 1.1. Daftar Penduduk Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, 2020)

No	Nama Kabupaten/Kota	Penduduk (Orang)
1	Padang	950871
2	Agam	491282
4	Pasaman Barat	443722
5	Padang Pariaman	415613
6	Limapuluh Kota	382817
7	Solok	373414
8	Tanah Datar	348219
9	Pasaman	281211
10	Dharmasraya	247579
11	Sijunjung	237376
12	Solok Selatan	171075
13	Payakumbuh	135573
14	Bukittinggi	130773
15	Mentawai	92021
16	Pariaman	88501
17	Solol	71010
18	Sawahlunto	62524
19	Padang Panjang	53693

Melihat peluang yang cukup besar pada dalam usaha kerupuk ini, maka berkembanglah beberapa unit usaha yang bergerak di bidang kerupuk. Berdasarkan data dari diskoperindag Kabupaten Agam tahun 2020 dapat dilihat

pada **Tabel 1.2** terdapat beberapa usaha yang bergerak pada bidang produksi kerupuk.

Tabel 1.2. Daftar IKM yang Memproduksi Olahan Kerupuk (Diskoperindag Kabupaten Agam 2020)

No	Nama Usaha	Nama Pemilik	Kecamatan
1	Sanjay Yur	Yurnianis	Lubuk Basung
2	Kerupuk Ni Lis	Yermanelis	Lubuk Basung
3	Keripik Dapur Er	Ermalizar	Lubuk Basung
4	Yetrina	Yetrina Warni	Lubuk Basung
5	Fitrianis	Fitrianis	Lubuk Basung
6	Lailina Zarmi Putri	Lailina Zarmi Putri	Tanjung Raya
7	Ira Utama	Ira Utama	Tanjung Mutiara
8	Neti Murni	Neti Murni	Tanjung Mutiara
9	Khaiwarman	Khaiwarman	Tanjung Mutiara
10	Nornani	Nornani	Tanjung Mutiara
11	Desmawati	Desmawati	Kamang Magek
12	Kerupuk Guspa	Guspa Dewi	Tilatang Kamang
13	Kamang Kerupuk	Yasnidar	Tilatang Kamang
dst			

Karena banyaknya penduduk di kabupaten Agam, dan tingginya minat masyarakat dalam mengonsumsi kerupuk sehingga membuka peluang terhadap industri kerupuk salah satunya Kerupuk Dapur Er. Kerupuk Dapur Er merupakan industri rumahan yang memproduksi beberapa variasi kerupuk yang beralamat di lubuk basung. Kerupuk Dapur Er terletak di Jalan Cindua Mato, Batu Palano, Kecamatan Lubuk Basung. Kerupuk Dapur Er memproduksi berbagai macam jeni kerupuk, yaitu kerupuk pisang, kue bawang, kue sapik, dan peyek kacang. Setiap satu bungkus kerupuk, di jual dengan harga Rp. 12.000,- .

Kerupuk Dapur Er ini adalah bisnis usaha yang masih kecil dan tergolong ke dalam industri kecil menengah, karena omset yang masi tergolong kecil, dan dengan jumlah pegawai yang sedikit. Pegawai di Kerupu Dapur Er ini adalah anggota keluarga dari pemilik dari IKM ini. Kerupuk Dapur Er ini tidak melakukan produksi secara rutin setiap hari, tetap hanya memproduksi jika ada *reseller* yang memesan, atau beberapa orang yang membeli memang untuk di konsumsi, sehingga konsumen tidak bisa langsung datang dan membeli produk.

Karena itulah jumlah kerupuk yang di produksi tak pernah sama di setiap bulannya. Rata rata di setiap bulan Kerupuk Dapur Er dapat memproduksi 80 bungkus kerupuk.

Dalam menjalankan usahanya, Dapur Mama Er mengalami permasalahan yaitu kurangnya peminat dan tidak bisanya bersaing dengan bisnis sejenis. Salah satu faktor yang menyebabkan kurangnya penjualan kerupuk dari Dapur Mama Er adalah kemasan yang memiliki banyak kekurangan. Kemasan dari produk kerupuk Dapur Mama Er masih dilakukan dengan cara yang manual. Kemasan produk kerupuk Dapur Mama Er juga kurang menarik karena hanya plastik biasa tanpa mencantumkan informasi mengenai produk. Kemasan menjadi *image* suatu produk karena kemasan memberikan dampak dan pengaruh terhadap keputusan konsumen saat ingin membeli suatu produk, hal ini juga juga didukung dari penelitian yang telah dilakukan oleh TH Susetyarsi (2018) terkait dampak bahan dan bentuk kemasan serta *branding* terhadap keputusan pembelian suatu produk, dimana variabel itu memiliki peran yang besar terhadap daya beli, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kemasan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan saat melakukan strategi pemasaran yang baik, Terlihat pada **Gambar 1.1** kemasan Kerupuk Dapur Mama Er masi menggunakan *full plastic packaging*.



Gambar 1.1 *Packaging* Kerupuk Dapur Mama Er

Permasalahan ini juga didukung oleh hasil survei pendahuluan mengenai pendapat masyarakat, baik konsumen produk kerupuk Dapur Mama Er maupun non-konsumen terhadap kemasan yang digunakan oleh produk kerupuk Dapur Mama Er. Survey dilakukan dengan menggunakan menggunakan media *google*

form. Responden dari survei terdiri dari 30 orang, yang mana terdapat 23 orang konsumen dari produk kerupuk Dapur Mama Er, dan 7 orang non-Konsumen. Dari survei pendahuluan yang dilakukan, dapat dilihat bahwasanya lebih banyak yang menyatakan perbaikan desain kemasan perlu dilakukan agar sesuai dengan keinginan dari konsumen. Dapat dilihat dari diagram pada **Gambar 1.2**, Sebesar 90% dari 30 orang menyatakan perlunya dilakukan perbaikan desain kemasan produk kerupuk Dapur Mama Er. Dari 90 % yang mengatakan perlunya perbaikan, menyatakan bahwasanya kemasan yang lama memiliki bentuk kemasan yang sama seperti umumnya sehingga tidak adanya daya tarik konsumen. Hasil dari survei dapat dilihat lebih jelas pada **Lampiran A**



Gambar 1.2. Pie chart survei pendahuluan (Sumber : Pengolahan data hasil survei pendahuluan)

Jika dibandingkan dengan usaha sejenis yang telah melakukan perencanaan desain kemasan dengan benar, dan sudah mampu bersaing dan lebih dikenal oleh konsumen. Seperti yang dapat dilihat pada **Gambar 1.2**. Kemasan dari produk Kerupuk Kulit Siti Nurbaya yang telah menunjukkan estetika kemasan yang menarik bagi konsumen, dan telah mencantumkan informasi penting mengenai produk yang membuat konsumen menjadi percaya dengan produk. Kemasan dari Kerupuk Kulit Siti Nurbaya yang sudah direncanakan secara benar juga berpengaruh pada omset yang diterima. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak Kerupuk Kulit Siti Nurbaya, Kerupuk Kulit Siti Nurbaya sudah menerima omset rata-rata sebesar Rp. 7.500.00,- perbulan. Jika dibandingkan dengan omset dari produk kerupuk Dapur Mama Er yang hanya menerima omset Rp. 1.000.000,- perbulan, yang mana cita rasa dari produk pada

Dapur Mama Er tidak kalah enak. Berdasarkan kondisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kemasan produk kerupuk Dapur Mama Er perlu dilakukan perbaikan.



Gambar 1.3. Kemasan Kerupuk Kulit Siti Nurbaya

Berdasarkan kondisi ini, penulis melakukan penelitian mengenai pengembangan desain kemasan dari produk Kerupuk Dapur Mama Er, yang berada pada Jalan Cindua Mato, Batu Palano, Kecamatan Lubuk Basung. Salah satu metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Grounded Theory*. *Grounded Theory* adalah metode kualitatif yang dapat digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk. dengan metode *Grounded Theory* dapat diketahui variabel yang berpengaruh dalam desain kemasan suatu produk. Judul yang sesuai dengan penelitian adalah **“Pengembangan Desain Kemasan Produk pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kerupuk Dapur Mama Er Dengan Metode *Grounded Theory*”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana merancang desain kemasan yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk pengembangan usaha Dapur Mama Er.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang akan di capai adalah sebagai berikut :

1. Melakukan perancangan desain kemasan pada produk kerupuk Dapur Mama Er.
2. Melakukan pemilihan alternatif desain yang sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat *prototype* alternatif desain terpilih.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Pengembangan kemasan dilakukan hanya memperhitungkan biaya yang akan dikeluarkan oleh Dapur Mama Er.
2. Pengembangan yang dilakukan berbentuk desain visual dan *prototype*.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah pada penelitian serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang diangkat dalam Tugas Akhir ini yang digunakan sebagai pedoman dan dasar pemikiran dalam pemecahan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara sistematis langkah-langkah atau tahapan penelitian yang digunakan dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan tentang pengumpulan data hasil dari wawancara. Hasil dari wawancara didapat variabel yang berpengaruh terhadap pada kemasan produk. kemudian melakukan perancangan kemasan yang sesuai dengan harapan konsumen.

BAB V ANALISIS

Bab ini berisikan analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan untuk penelitian berikutnya.

