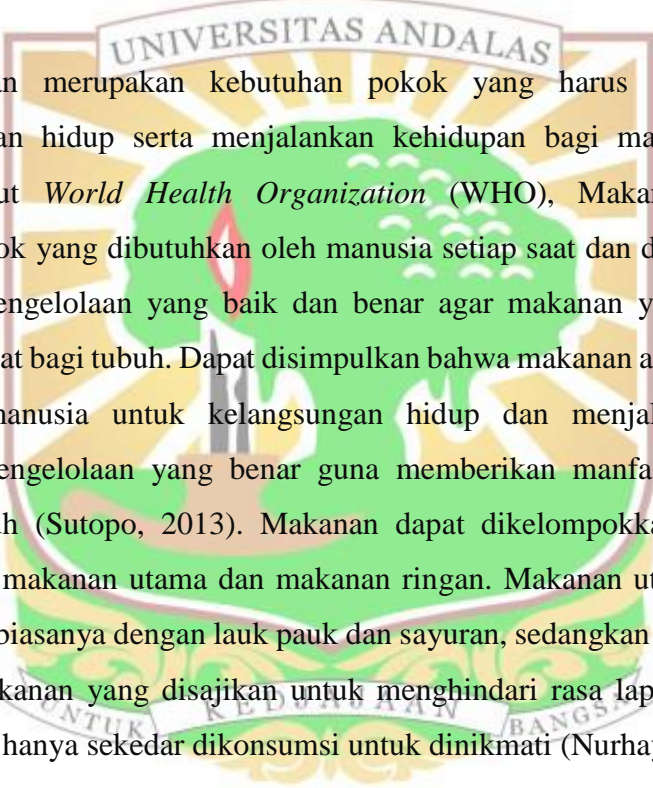


BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan mengenai latar belakang permasalahan yang diangkat menjadi tugas akhir, rumusan masalah, tujuan, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang



Makanan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi untuk mempertahankan hidup serta menjalankan kehidupan bagi manusia (Santoso, 2004). Menurut *World Health Organization* (WHO), Makanan merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh manusia setiap saat dan dimanapun, serta memerlukan pengelolaan yang baik dan benar agar makanan yang dikonsumsi dapat bermanfaat bagi tubuh. Dapat disimpulkan bahwa makanan adalah kebutuhan utama bagi manusia untuk kelangsungan hidup dan menjalani kehidupan, memerlukan pengelolaan yang benar guna memberikan manfaat optimal bagi kesehatan tubuh (Sutopo, 2013). Makanan dapat dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu makanan utama dan makanan ringan. Makanan utama terdiri dari sajian lengkap biasanya dengan lauk pauk dan sayuran, sedangkan makanan ringan merupakan makanan yang disajikan untuk menghindari rasa lapar dalam waktu sementara atau hanya sekedar dikonsumsi untuk dinikmati (Nurhayati, A, 2012).

Kebutuhan akan makanan yang semakin meningkat telah mendorong kemunculan banyak variasi makanan di pasaran. Terdapat peluang bisnis yang menjanjikan dalam industri makanan, khususnya makanan ringan, karena minat konsumen Indonesia terhadap makanan ringan masih terus meningkat. Menurut survei oleh *The State of Snacking* pada tahun 2020, diperoleh bahwasanya orang Indonesia mengalami peningkatan ngemil makanan ringan lebih tinggi dari rata-rata global, hingga 60%. Rata-rata konsumsi makanan ringan tersebut menunjukkan bahwa bisnis UMKM dalam makanan ringan cukup memberikan peluang yang baik

untuk dikembangkan. Didukung dengan data BPS Sumatera Barat tahun 2021 yang menunjukkan bahwasanya usaha UMKM yang bergerak dalam produksi keripik di Sumatera Barat mencapai angka 1.669 usaha. Jumlah ini menunjukkan bahwa persaingan sektor usaha makanan ringan khususnya keripik harus mampu mengungguli satu sama lain agar lebih diminati dari produk pesaingnya.

Salah satu usaha yang tergolong kedalam UMKM makanan ringan adalah usaha keripik. Usaha keripik juga memiliki berbagai variasi jenis keripik tergantung dari bahan baku yang diolah. Salah satu bisnis keripik yang umum ditemukan adalah usaha keripik tempe. Tercatat di Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat, telah berkembang beberapa usaha keripik tempe diantaranya sebagai berikut.

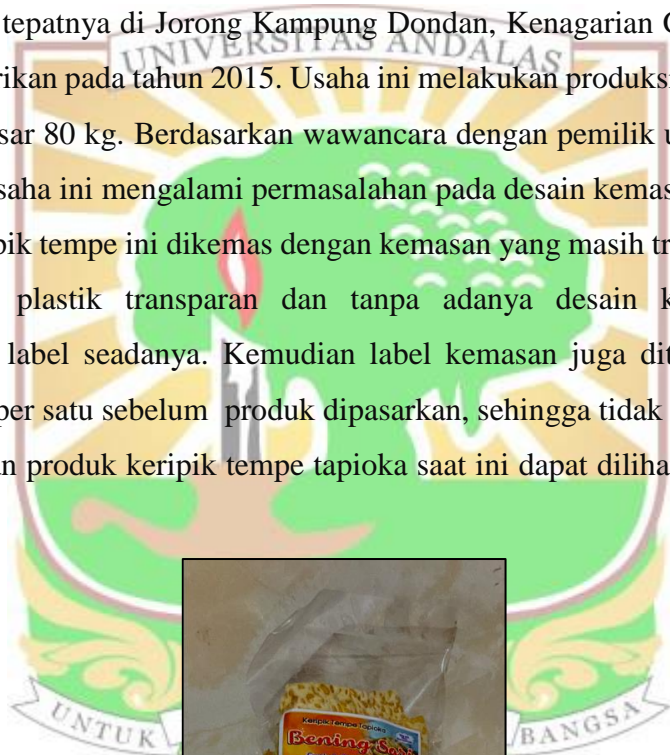
Tabel 1.1 Daftar UMKM yang Memproduksi Keripik Tempe di Dharmasraya (Diskoperindag Kabupaten Dharmasraya, 2023)

No	Nama Usaha	Alamat
1	Keripik Tempe Matahari	Tiumang, Kecamatan Koto Baru.
2	Keripik Tempe Agung	Simalidu, Kecamatan. Koto Salak.
3	Keripik Tempe TTS Satria	Koto Baru, Kecamatan Koto Baru.
4	Keripik Tempe Sidogurih	Tiumang, Kecamatan Tiumang.
5	Keripik Tempe Mama	Koto Gadang, Kecamatan Koto Besar.
6	Keripik Tempe Bening Sari	Gunung Medan, Kecamatan Sitiung.
7	Keripik Tempe Tiga Bersaudara	Tiumang, Kecamatan Tiumang.
8	Keripik Tempe Regina	Tiumang, Kecamatan Tiumang.
9	Keripik Tempe Rezeki Azza	Sungai Duo, Kecamatan Sitiung.

Setiap usaha harus mempertimbangkan berbagai aspek yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk (Pramana, 2023). Salah satu aspek yang menjadi pertimbangan keputusan pembelian produk adalah aspek kemasan, dimana selain fungsi utamanya sebagai pelindung, kemasan juga merupakan aspek yang dapat memberikan kesan pertama kali kepada konsumen sehingga memberikan stimulan kepada konsumen untuk membeli produk tersebut (Susatyo, dkk, 2017). Kemudian Klimchuk dan Krasovec (2007), juga menyatakan bahwa tampilan fisik kemasan suatu produk mampu memberikan kejelasan informasi dan menjadi pembanding antar produk kompetitor dan mendorong keinginan konsumen untuk membeli produk. Dapat dikatakan bahwa pengemasan menjadi salah satu

faktor yang berperan dalam kesuksesan menjual suatu produk, dimana kemasan merupakan aspek yang pertama kali dilihat oleh para konsumen. Tampilan yang ditunjukkan kemasan mampu menimbulkan persepsi tersendiri bagi konsumen yang berdampak pada reaksi berupa keputusan untuk membeli atau tidak suatu produk. Salah satu UMKM di Kabupaten Dharmasraya yang memerlukan pengembangan pada kemasan produknya adalah usaha keripik tempe tapioka bening sari.

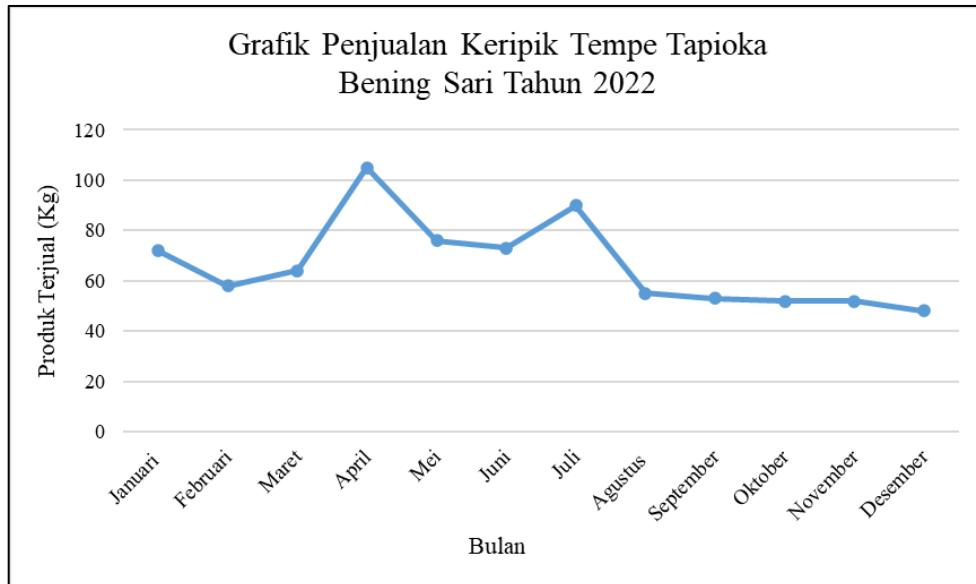
Usaha keripik tempe tapioka bening sari berlokasi di Kabupaten Dharmasraya, tepatnya di Jorong Kampung Dondan, Kenagarian Gunung Medan. Usaha ini didirikan pada tahun 2015. Usaha ini melakukan produksi rata-rata setiap bulannya sebesar 80 kg. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwasanya usaha ini mengalami permasalahan pada desain kemasan yang kurang menarik. Keripik tempe ini dikemas dengan kemasan yang masih tradisional, yakni menggunakan plastik transparan dan tanpa adanya desain khusus, dengan menggunakan label seadanya. Kemudian label kemasan juga ditempelkan pada kemasan satu per satu sebelum produk dipasarkan, sehingga tidak efisien. Adapun desain kemasan produk keripik tempe tapioka saat ini dapat dilihat pada **Gambar 1.1** berikut.



Gambar 1.1 Kemasan Keripik Tempe Bening Sari Sekarang
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

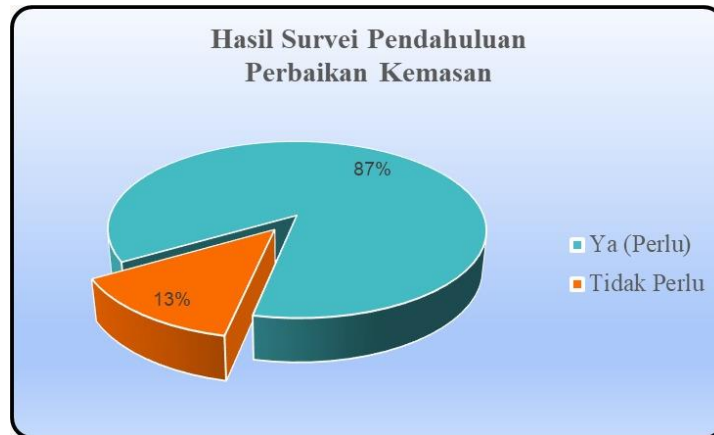
Permasalahan pada desain kemasan yang kurang menarik ini tentunya akan mempengaruhi keputusan pembelian produk dan tentunya akan berimbas pada angka penjualan produk. Hal ini sejalan dengan pernyataan pemilik bahwa angka penjualan produk hanya mengalami peningkatan di bulan-bulan tertentu, seperti

menjelang hari raya Idul Fitri. Namun, pemilik merasa perlu membatasi jumlah produksi karena penjualan produk tersebut cenderung rendah selama bulan-bulan biasa. Adapun angka penjualan produk keripik tempe tapioka bening sari pada tahun 2022 sebagai berikut.



Gambar 1.2 Grafik Penjualan Keripik Tempe Bening Sari Tahun 2022
(Sumber: Bening Sari)

Permasalahan dalam penelitian ini juga didukung oleh survei pendahuluan berupa penyebaran kuesioner kepada beberapa responden untuk memberikan pendapat mengenai kemasan keripik tempe tapioka bening sari ditengah persaingan dengan produk sejenis lainnya. Hasil akhir dari kuesioner akan menunjukkan apakah diperlukan perbaikan pada desain kemasan keripik tempe tapioka bening sari yang saat ini digunakan. Hasil dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa 87% dari responden menyatakan perlunya melakukan pengembangan desain kemasan produk keripik tempe tapioka bening sari. Hasil survei pendahuluan dapat dilihat pada **Gambar 1.3** berikut.



Gambar 1.3 Pie Chart Survei Pendahuluan (Sumber: Pengolahan Data Survei Pendahuluan)

Berikut contoh produk keripik tempe yang beredar dipasaran dengan kemasan yang lebih menarik. Kemasan produk pembandingan menunjukkan estetika kemasan yang lebih menarik dari segi desain dan bentuk kemasan serta mencantumkan beberapa informasi yang membuat masyarakat percaya dengan produk. Produk pembandingan dapat dilihat pada **Gambar 1.4** berikut.



Gambar 1.4 Kemasan Produk Kompetitor (Sumber: *Google.com*)

Pengembangan desain kemasan dilakukan dengan mempertimbangkan keinginan konsumen menggunakan pendekatan *grounded theory*. *Grounded theory* adalah metode kualitatif yang dapat digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk. Metode *grounded theory* dapat digunakan untuk

mengetahui variabel yang berpengaruh dalam desain kemasan suatu produk. Proses yang dilakukan dimulai dari pengumpulan kata kunci harapan konsumen hingga pengimplementasian kedalam desain kemasan. Diharapkan hasil akhir dari penelitian ini mampu memberikan rancangan desain kemasan baru yang lebih menarik serta sesuai dengan harapan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana desain kemasan keripik tempe tapioka Bening Sari yang sesuai dengan keinginan konsumen?

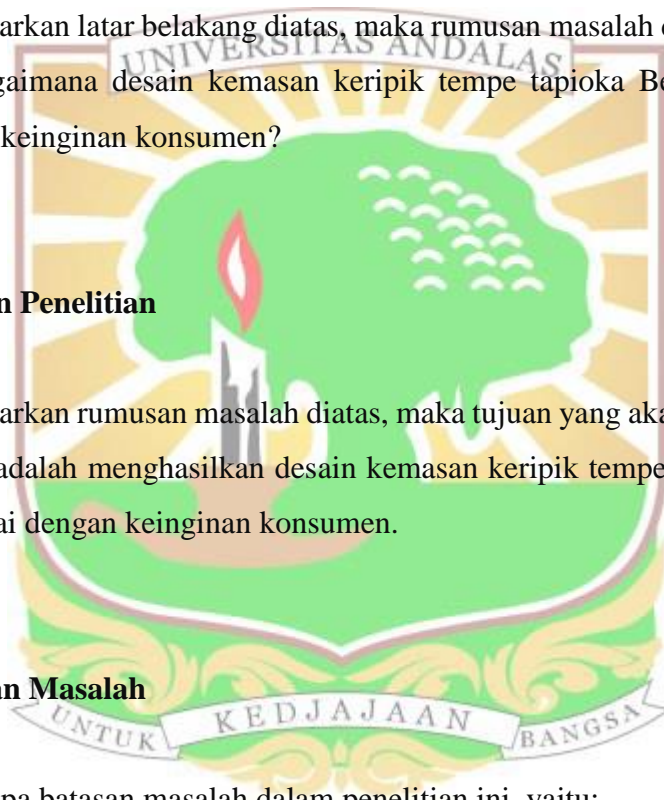
1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah menghasilkan desain kemasan keripik tempe tapioka Bening sari yang sesuai dengan keinginan konsumen.

1.4 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pengembangan kemasan hanya dilakukan hingga bentuk *prototype* desain.
2. Pengembangan kemasan ini hanya memperhitungkan biaya percetakan kemasan yang akan dikeluarkan oleh Bening Sari selaku produsen.
3. Penelitian ini tidak melibatkan uji laboratorium dalam hal aspek teknis atau analisis bahan kemasan.



1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini berisikan mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini berisikan teori atau landasan yang mendasari penelitian ini dan digunakan untuk mengambil suatu keputusan terhadap pemecahan masalah dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan metodologi penelitian mengenai tempat serta objek penelitian serta jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data serta metode analisis dan tahapan penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi mengenai pengumpulan data dan pengolahan data berupa hasil wawancara. Berdasarkan hasil pengumpulan data diketahui variabel yang berpengaruh dalam perancangan kemasan yang sesuai harapan konsumen terhadap kemasan keripik tempe tapioka bening sari. Kemudian melakukan perancangan kemasan yang sesuai dengan harapan konsumen.

BAB V ANALISIS

Bab analisis berisi mengenai analisis hasil pengolahan data yang telah dilakukan dengan membuat analisis variabel yang diharapkan pada suatu kemasan oleh konsumen, model konseptual hubungan antar variabel pengemasan, kemudian analisis terhadap pengembangan desain kemasan keripik tempe tapioka bening sari yang sesuai dengan harapan konsumen serta evaluasi alternatif desain terpilih.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi tentang ringkasan hasil penelitian dan saran berisi masukan untuk penelitian selanjutnya.