

BAB I

PENDAHULUAN

Bab I ini membahas mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian serta sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah populasi penduduk terbanyak di dunia (Akasumbawa dkk., 2021). Perkembangan populasi penduduk ini mengakibatkan sektor industri di Indonesia juga ikut berkembang, sehingga persaingan dalam sektor industri menjadi semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya industri-industri baru yang bermunculan, baik itu industri kecil maupun industri besar. Salah satunya yaitu Industri Kecil Menengah (IKM) yang terdapat di Provinsi Sumatera Barat. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Barat menunjukkan bahwa pertumbuhan produksi industri kecil menengah mengalami pertumbuhan positif sebesar 7,70 % dari tahun 2019 hingga 2020. (BPS.go.id). Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat saat ini. Dapat dilihat dari data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Barat tahun 2017 yang ditunjukkan pada **Tabel 1.1.** dimana industri yang memiliki jumlah unit usaha yang paling banyak yaitu industri makanan dan minuman sebesar 11.876 usaha.

Industri makanan dan minuman memegang peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan menjadi salah satu industri andalan perekonomian nasional yang menjadi fokus dukungan pemerintah (Ramadhani, 2019). Dirjen Industri Agro mengemukakan bahwa, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 3,75% pada triwulan I-2022 atau lebih tinggi dibandingkan dengan triwulan I-2021 yang mencapai 2,45%. Industri makanan dan minuman adalah salah satu sektor yang mendapatkan prioritas pengembangan sesuai peta jalan Making Indonesia 4.0 (Kemenperin.go.id). Pertumbuhan industri makanan yang semakin pesat menyebabkan tingginya tingkat persaingan produk sejenis. Hal ini

menjadi tantangan yang besar bagi semua pemilik usaha. Pelaku usaha seharusnya terus berinovasi untuk menemukan dan melakukan terobosan-terobosan baru, agar usaha yang dijalankannya dapat terus beroperasi dan bertahan dengan jumlah konsumen yang meningkat sehingga dapat memperluas pasar. Oleh karena itu, agar dapat menghadapi persaingan maka perlu dilakukan pengembangan produk secara kontinu. Aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan produk salah satunya yaitu kemasan (Herbin, 2022).

Tabel 1.1 Jumlah Industri pada Provinsi Sumatera Barat

No	Industri	Jumlah Unit Usaha
1	Makanan/minuman	11.879
2	Tekstil dan produk tekstil	7.417
3	Kulit, barang dari kulit dan alas kaki	324
4	Industri perkapalan rakyat	97
5	Industri alsintan	197
6	Industri barang olahan semen	1.003
7	Industri pengolahan ikan	46
8	Industri olahan kelapa	171
9	Industri olahan kelapa sawit	40
10	Industri olahan coklat	45
11	Minyak atsiri	148
12	Gambir	389

(Sumber: disperindag.sumbarprov.go.id)

Kemasan tidak hanya berperan sebagai pelindung, tetapi juga memiliki peran strategis sebagai elemen penting dalam kegiatan pemasaran (Samodro dkk., 2022). Perkembangan dan perubahan dari kemasan sangat berpengaruh terhadap penjualan produk. Kemasan yang memiliki bentuk menarik dan mencolok dapat membantu membedakan produk di pasaran sehingga akan lebih dipilih konsumen untuk dibeli. Selain itu, kemasan juga berfungsi sebagai informasi, dimana informasi tentang produk harus jelas tertera pada kemasan. Suatu produk dengan

kemasan yang memiliki informasi jelas, menarik dan praktis dapat secara langsung meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli (Faisal dkk., 2021). Akan tetapi, masih banyak pelaku usaha yang tidak begitu memperhatikan kemasan produknya. Bahkan mereka mengemas produknya dengan menggunakan kemasan sederhana. Salah satu IKM di Kabupaten Padang Pariaman yang perlu dilakukan pengembangan pada kemasan produknya adalah Usaha Selai Dua Saudara.

Usaha selai Dua Saudara terletak di Nagari Kasang, Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat. Usaha ini didirikan pada tahun 2007 dan memiliki enam orang pekerja termasuk pemiliknya. Selai yang diproduksi hanya memiliki satu jenis rasa yaitu rasa pandan. Rata-rata produksi selai yaitu 2000 bungkus/hari. Selai ini memasarkan produknya pada toko-toko yang ada di Kota Padang seperti Budiman, Citra dan beberapa toko roti. Selain itu, IKM selai Dua Saudara juga mempunyai *reseller* yaitu tiga buah pabrik roti di Sumatera Barat. Berdasarkan hasil observasi lapangan ditemukan bahwa kemasan yang digunakan IKM selai Dua Saudara merupakan kemasan plastik bening, yang terdapat label dari kertas. Kemasan plastik ini apabila telah dibuka maka akan sulit untuk ditutup kembali jika konsumen ingin menyimpan selai menggunakan kemasan tersebut. Desain label yang digunakan juga terbilang sederhana serta kurangnya informasi yang dicantumkan pada label tersebut. Label pada kemasan selai dua saudara tidak memiliki informasi seperti keterangan kadaluwarsa, informasi gizi, informasi produsen dan berat bersih produk. Kemasan IKM selai Dua Saudara dapat dilihat pada **Gambar 1.1**.



Gambar 1.1 Kemasan Selai Dua Saudara

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha yaitu Ibu Yenti Komala Sari, beberapa pabrik roti yang menjadi *reseller* IKM selai Dua Saudara mengeluhkan bahwa kemasan yang sekarang kurang menarik. Hal ini mempengaruhi daya saing produk di pasaran, terutama jika dibandingkan dengan merek lain yang memiliki desain kemasan yang lebih modern dan menarik secara visual. Menurut Agustin dkk (2024) menunjukkan bahwa desain kemasan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terutama pada elemen visual kemasan, seperti warna, bentuk, dan grafis.

Selai dengan rasa pandan yang unik dan lezat ini ditujukan untuk konsumen yang menyukai sarapan dengan roti tawar. Pemilihan roti dan selai untuk sarapan dianggap sebagai opsi yang efisien dan praktis, sehingga dapat menghemat waktu. Oleh karena itu, target pasar utama dari produk selai Dua Saudara adalah orang-orang yang mencari sarapan praktis seperti orang kantoran yang memiliki keterbatasan waktu untuk menyiapkan makanan. Selain itu, konsumsi selai ini cukup tinggi, dengan estimasi penggunaan 2-3 bungkus selai ukuran 100 gram untuk satu bungkus roti tawar. Namun kemasan selai Dua Saudara belum pernah mengalami perubahan sejak awal didirikan, sehingga tidak lagi efektif karena selera konsumen terus berubah (Wang, dkk., 2022). Kemasan yang tidak diperbarui secara berkala dapat menimbulkan persepsi bahwa produk tersebut sudah ketinggalan zaman dan kurang responsif terhadap tren konsumen. Konsumen sekarang lebih menyukai kemasan yang modern, fungsional, dan sesuai tren gaya hidup seperti minimalis, ramah lingkungan, atau praktis. Dalam dunia pemasaran, kemasan berperan penting tidak hanya sebagai pelindung tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang dapat meningkatkan daya tarik serta memperluas jangkauan pasar (Wijaya dkk., 2024).

Dengan perancangan ulang kemasan, produk selai Dua Saudara diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan minat beli pelanggan setia, tetapi juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk segmen kalangan menengah ke atas. Selai Dua Saudara memilih segmen ini sebagai target pasar utama, karena mereka cenderung lebih selektif dalam memilih produk berdasarkan kualitas dan tampilan

kemasan. Untuk menarik perhatian mereka, pemilik usaha perlu merancang kemasan yang lebih premium, menggunakan bahan berkualitas tinggi. Oleh karena itu, baik pemilik usaha maupun pabrik roti yang menjadi *reseller* IKM ini menginginkan adanya perancangan ulang pada kemasan untuk meningkatkan daya tarik konsumen dalam membeli produk selai Dua Saudara. Pengemasan yang lebih modern, informatif, dan memiliki daya tarik visual diharapkan mampu meningkatkan minat beli serta dapat menjangkau pasar lebih luas. Kemasan yang dirancang diharapkan mampu bersaing dengan kompetitor produk sejenis. Berikut merupakan gambar kemasan kompetitor yang dapat dilihat pada **Gambar 1.2** dan **Gambar 1.3**.



Gambar 1.2 Kemasan Kompetitor (Sumber: shopee.co.id)



Gambar 1.3 Kemasan Kompetitor (Sumber: shopee.co.id)

Gambar 1.2 dan **Gambar 1.3** menunjukkan kemasan kompetitor dengan desain yang lebih modern dan informatif. Kemasan tersebut tidak hanya memiliki daya tarik visual yang lebih baik, tetapi juga mampu meningkatkan persepsi

kualitas produk di mata konsumen. Kemasan pada **Gambar 1.2** menggunakan bahan kaca dengan tutup ulir, sehingga memberikan kesan premium dan higienis yang lebih baik dibandingkan kemasan plastik transparan. Sementara itu, kemasan pada **Gambar 1.3** menggunakan plastik dengan desain penuh warna dan juga mencantumkan beberapa informasi yang dapat membuat masyarakat percaya terhadap produk tersebut. Elemen ini memberikan kepercayaan lebih kepada konsumen dan memperkuat citra produk sebagai selai berkualitas tinggi. Sementara itu selai yang diproduksi oleh IKM selai Dua Saudara tidak kalah dalam hal cita rasa sehingga memiliki potensi besar untuk diterima dipasaran. Namun, dikarenakan kemasan selai Dua Saudara masih sederhana dimana kemasan menggunakan plastik transparan yang hanya ditempelkan logo tanpa ada informasi lengkap, mengakibatkan kurangnya daya tarik masyarakat untuk membeli selai tersebut.

Hal ini diperkuat juga dengan survei pendahuluan yang dilakukan menggunakan *Google form*. *Google form* disebarakan kepada masyarakat umum dengan 55 orang responden yang terdiri dari 46 orang konsumen dan 9 orang non konsumen selai Dua Saudara. Berdasarkan hasil survei didapatkan bahwa 80% responden menyatakan perlu adanya pengembangan desain kemasan pada selai Dua Saudara. Responden yang menyatakan perlu melakukan pengembangan desain kemasan ini umumnya mengatakan bahwa kemasan yang ada sekarang masih sangat sederhana, kurang higienis, tidak menarik dan kurang praktis karena tidak bisa ditutup lagi setelah digunakan. Selain itu responden juga mengatakan bahwa informasi yang ada pada kemasan kurang lengkap sehingga dapat mengurangi kepercayaan konsumen untuk membeli selai Dua Saudara.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka perlu dilakukan perancangan terhadap kemasan IKM selai Dua Saudara. Perancangan kemasan dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli produk selai Dua Saudara.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana rancangan kemasan produk selai Dua Saudara yang lebih higienis, informatif dan ergonomis sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli produk selai Dua Saudara.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu merancang ulang kemasan selai Dua Saudara yang lebih higienis, informatif dan ergonomis sesuai dengan standar industri makanan sehingga dapat menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli produk selai Dua Saudara.

1.4 Batasan Masalah

Batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produk yang diteliti terbatas pada selai Dua Saudara rasa pandan.
2. Penelitian ini hanya akan mengembangkan aspek visual, material kemasan dan fungsionalitas dari kemasan selai Dua Saudara
3. Penilaian terhadap kemasan yang dirancang akan dilakukan berdasarkan persepsi konsumen melalui survei dan kuesioner, tanpa melakukan pengujian fisik yang kompleks seperti uji ketahanan bahan
4. Penelitian berfokus pada pengembangan kemasan untuk konsumen lokal
5. Pengembangan kemasan dilakukan dengan mempertimbangkan daya tarik dan kebutuhan konsumen lokal di Sumatera Barat
6. Selai sari kaya rasa pandan yang akan dirancang yaitu berukuran 250 gram yang dapat digunakan untuk 1 bungkus roti tawar isi 10-15 lembar.

7. Harga jual produk selai Dua Saudara setelah perancangan ulang kemasan dibatasi maksimal dalam rentang Rp. 15.000 hingga Rp. 25.000 per kemasan 250 gram, dengan mempertimbangkan harga pasar selai pandan di *e-commerce* agar tetap kompetitif.
8. Material kemasan yang digunakan mempertimbangkan aspek higienis, keamanan pangan (*food grade*) dan kemudahan penggunaan oleh konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian ini terdiri dari 3 bab yang dapat dilihat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

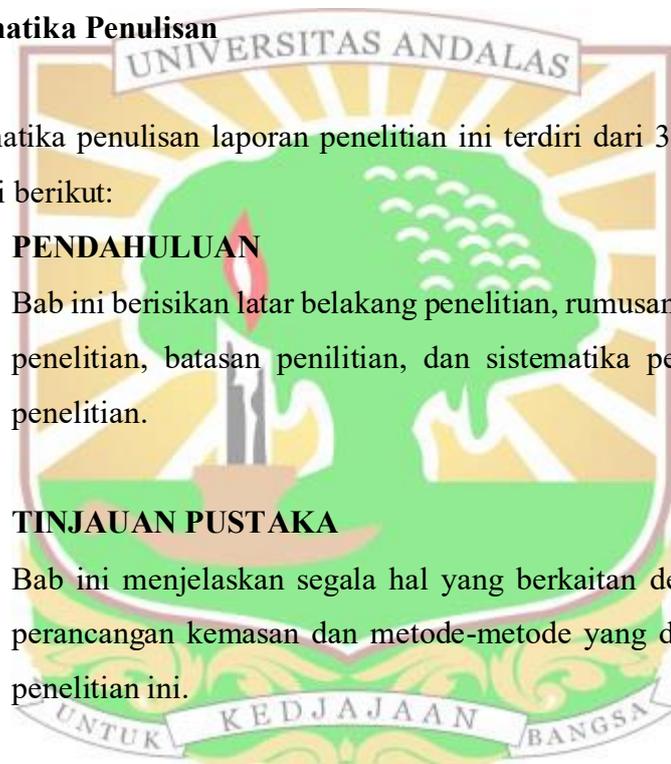
Bab ini menjelaskan segala hal yang berkaitan dengan teori-teori perancangan kemasan dan metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan langkah-langkah dan tahapan dari awal hingga akhir dalam melakukan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tahapan-tahapan pengumpulan dan pengolahan data dalam merancang kemasan menggunakan metode *Kansei Engineering*



BAB V ANALISIS

Bab ini berisikan mengenai analisis dari hasil dan pembahasan terhadap rancangan kemasan yang sudah dibuat.

BAB VI KESIMPULAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

