

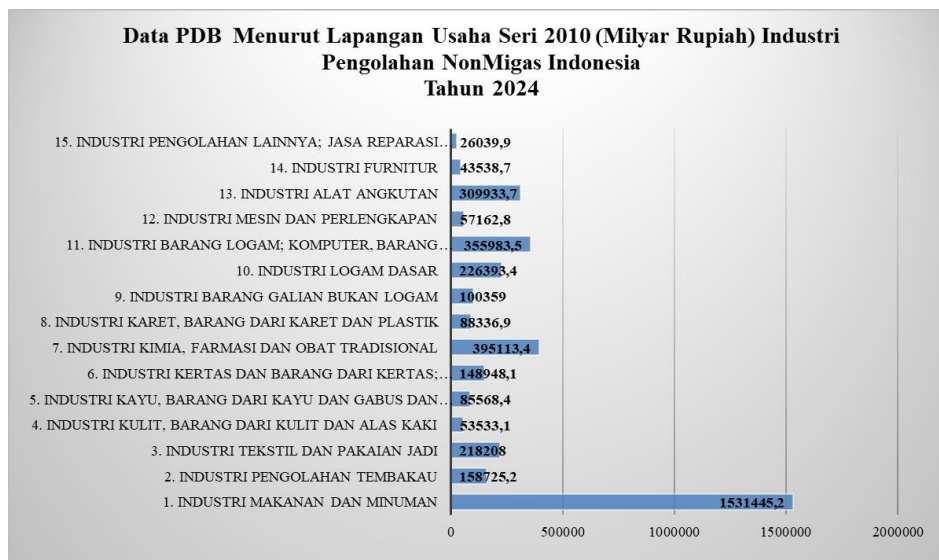
BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan tentang latar belakang penelitian, dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan dari penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan tugas akhir.

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan sektor industri memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan perekonomian Indonesia, terutama di sektor industri pengolahan non migas, yaitu industri makanan dan minuman. Sektor ini terus mengalami pertumbuhan dan memberikan pengaruh terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pada tahun 2024, industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan tahunan sebesar 5,90%. Dimana, nilai tersebut naik 1,43% dibandingkan dengan laju pertumbuhan tahunan pada tahun sebelumnya (*year on year/yoy*), yaitu sebesar 4,47%. Dengan demikian, laporan Kementerian Perindustrian (Tempo.co.id, 2024) menyebutkan bahwa subsektor ini memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB industri pengolahan non-migas, yakni 40,33%. Hal ini menegaskan bahwa industri makanan dan minuman memiliki peran strategis dalam perkembangan ekonomi nasional. Data mengenai PDB industri pengolahan non-migas Indonesia tahun 2024 dapat dilihat pada **Gambar 1.1**.



Gambar 1. 1 Data PDB Industri Pengolahan Nonmigas Indonesia Tahun 2024
(Sumber: BPS, 2024. Data Diolah)

Menurut laporan Badan Pusat Statistik tahun 2024, Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku dari industri makanan dan minuman di Indonesia tercatat sebesar Rp 1,53 kuadriliun. Angka ini menyumbang sekitar 6,91% dari total PDB nasional yang mencapai Rp 22,13 kuadriliun. Tepat selama pandemi 2020-2021, Industri makanan dan minuman terus mengalami pertumbuhan yang positif, meski melambat dibanding masa normal dengan angka pertumbuhan sebelumnya selalu di atas 7%. Peningkatan signifikan dalam industri pengolahan setelah pandemi membantu mendorong kembali pertumbuhan sektor makanan dan minuman, mempercepat pemulihan industri ini dalam perekonomian nasional.

Industri makanan dan minuman umumnya menawarkan produk yang serupa, sehingga pelaku usaha perlu bertahan dengan menerapkan strategi bisnis yang tepat. Persaingan bisnis menuntut perusahaan agar mampu menerapkan rencana strategis untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam pengembangan produk dengan peningkatan kualitas, performansi, dan pengurangan biaya serta waktu produksi. Atthoriq (2024), menyatakan ketatnya persaingan dalam dunia bisnis akan membuat pelaku bisnis selalu mengembangkan produknya. Salah satu strategi inovasi dalam industri ini adalah melakukan transformasi model bisnis

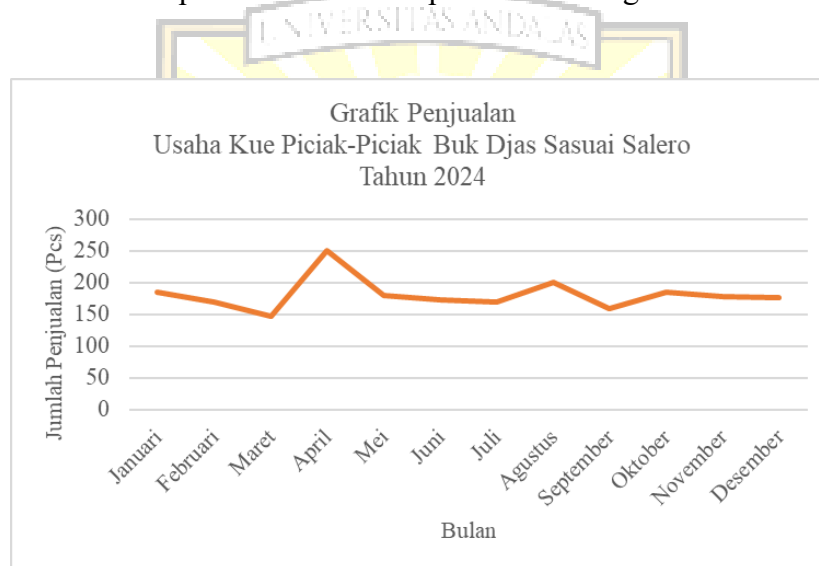
dengan mengedepankan inovasi dalam pemenuhan kebutuhan konsumen (Maria, 2024).

Konsumen pada umumnya beragam dan heterogen, sehingga preferensi setiap konsumen tersebar luas. Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai selera subjektif terhadap suatu produk. Yang (2016), mengatakan bahwa preferensi konsumen dalam proses pengembangan produk, cenderung berubah dan sulit diprediksi. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan serta evaluasi konsumen dalam menentukan kesukaan atau ketidaksukaan terhadap produk yang mereka konsumsi. Menurut Khoiriah (2024) preferensi konsumen merujuk pada kecenderungan individu atau selera konsumen terhadap suatu produk. Memahami dan menyesuaikan produk dengan preferensi konsumen dapat disebut sebagai strategi pemasaran yang berkelanjutan untuk memastikan daya tarik dan minat pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, rata-rata konsumsi per kapita per minggu makanan ringan di Sumatera Barat mengalami peningkatan sebesar 1,65% dibandingkan tahun 2022. Tepatnya peningkatan ini menjadi salah satu sektor industri makanan yang memiliki tren pertumbuhan positif pada tahun 2023. Merujuk pada data BPS Sumatera Barat tahun 2022, diketahui UMKM Sumatera Barat yang bergerak di industri makanan dan minuman mencapai angka 104.544 usaha. Angka tersebut mengindikasikan bahwa persaingan dalam sektor usaha makanan ringan, menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu mengungguli produk satu sama lain agar lebih menarik dibandingkan dengan produk pesaing.

Salah satu UMKM yang bergerak di sektor industri makanan adalah UMKM Kue Piciak-Piciak Buk Djas Sasuai Salero. Kue Piciak-Piciak Buk Djas Sasuai Salero adalah usaha yang didirikan oleh Ibu Djasneli. Kue Piciak-Piciak merupakan makanan ringan tradisional khususnya di daerah Kota Padang yang terbuat dari udang rebon dan tepung. Usaha ini pertama kali didirikan secara resmi pada tahun 2006 dengan nama Kue Piciak-Piciak Sasuai Salero dan telah

memperoleh izin edar dengan nomor P.IRT 20613710363. Lokasi usaha ini berada di Alang Laweh Koto Duo No. 16, Kecamatan Padang Selatan, yang sekaligus menjadi kediaman pemiliknya. Usaha Buk Djas Sasuai Salero ini adalah bisnis usaha yang masih kecil dan tergolong ke dalam usaha mikro kecil menengah, karena omset yang masih tergolong kecil, dan dengan jumlah pegawai yang sedikit. Pegawai di Kue Piciak-Piciak Buk Djas Sasuai Salero ini adalah anggota keluarga dari pemilik dari UMKM ini. Usaha ini tidak melakukan produksi secara rutin setiap hari, tetapi hanya memproduksi secara mingguan. Produksi rata-rata setiap bulan produk kue piciak-piciak ini sebesar 70 kg dan penjualan rata-rata per pcs setiap bulan sebanyak 180 pcs. Adapun angka penjualan produk kue piciak-piciak buk djas sasuai salero pada tahun 2024 dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 1.2 Grafik Penjualan UMKM Kue Piciak-Piciak Buk Djas Sasuai Salero Tahun 2024

(Sumber : Pelaku Usaha Buk Djas Sasuai Salero, 2024)

Berdasarkan **Gambar 1.2**, terlihat bahwa jumlah penjualan produk kue piciak-piciak cenderung menurun dan berfluktuasi dari waktu ke waktu. Survei yang dilakukan di UMKM Buk Djas Sasuai Salero menunjukkan bahwa penurunan penjualan terjadi hampir setiap bulan, dengan kenaikan hanya terjadi pada periode tertentu, seperti menjelang hari raya Idul Fitri. Akibatnya, pemilik usaha terpaksa membatasi produksi karena permintaan yang rendah di bulan-bulan biasa. Selain masalah penjualan, produk kue piciak-piciak belum siap bersaing di toko oleh-oleh,

yang menjadi pasar potensial di daerah wisata seperti Kota Padang. Kemasan yang sederhana, kurang menarik, dan tidak mencerminkan identitas budaya Minangkabau secara kuat membuat produk ini kalah saing dibandingkan oleh-oleh lain yang telah memiliki desain kemasan kreatif dan informatif. Berdasarkan data BPS 2024, jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Padang mencapai lebih dari 1,1 juta orang pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan potensi pasar yang besar bagi produk lokal seperti kue piciak-piciak. Namun, peluang ini belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan daya tarik produk di mata konsumen, terutama dari segi kemasan. Oleh karena itu, untuk mengevaluasi dampak permasalahan tersebut, langkah yang diambil adalah menyusun kuesioner pendahuluan untuk menggali pandangan konsumen (*consumer insight*) terkait Kue Piciak-Piciak.

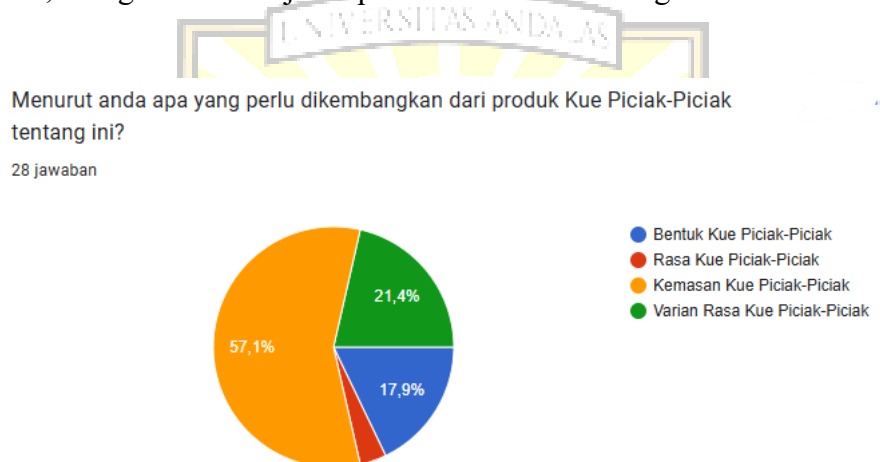
Studi pendahuluan telah dilakukan untuk menilai apakah produk kue piciak-piciak perlu dikembangkan lebih lanjut. Penelitian ini dirancang dan dilaksanakan secara independen (mandiri), dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan pada tanggal 10 – 17 Februari 2025. Hasil analisis kuesioner menunjukkan sebanyak 96,4% responden menyatakan tentang produk ini perlu dikembangkan secara menyeluruh. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan pengembangan kue piciak-piciak memiliki justifikasi kuat untuk dilakukan. Gambar diagram dari pengembangan produk ini dapat dilihat pada

Gambar 1.3



Gambar 1.3 Hasil Survei Mengenai Perlunya Pengembangan Produk

Berdasarkan **Gambar 1.3** yang pertanyaannya berisi menurut anda apakah perlu dilakukan pengembangan produk kue piciak-piciak. Kuesioner yang disusun menggunakan format *close ended question*, sehingga responden bisa memilih tanggapan berdasarkan opsi yang telah disediakan. Hasil menunjukkan bahwa sebanyak 96,4% dari 28 responden, menjawab perlu dilakukan pengembangan dari produk kue piciak-piciak. Selanjutnya setelah diperoleh hasil survei perlu dilakukannya pengembangan, survei berikutnya menunjukkan hal apa yang perlu dikembangkan dari produk kue piciak-piciak, yang mana ini menjadi atribut yang perlu dikembangkan pada produk kue piciak-piciak. Hasil survei dari kuesioner menunjukkan aspek-aspek yang perlu dikembangkan berdasarkan tanggapan responden, sebagaimana disajikan pada **Gambar 1.4** sebagai berikut.



Gambar 1. 4 Kekurangan Mengenai Apa Yang Akan Dikembangkan

Berdasarkan **Gambar 1.4**, telah dilakukan terhadap 28 responden yang merupakan konsumen kue piciak-piciak buk djas sasuai salero. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebanyak 57,1% responden memilih kemasan yang terpenting dalam pengembangan produk. Sedangkan varian rasa terpilih sebanyak 21,4%, bentuk 17,9%, dan rasa sebanyak 3,6%. Jadi berdasarkan survei tersebut bahwa produk Kue Piciak-Piciak ini perlu dilakukan pengembangan baik dari kemasannya maupun dari Kue Piciak-Piciaknya itu sendiri.

Kue piciak-piciak tidak mengalami peningkatan secara inovasi produk dari tahun ke tahun. Sebagai usaha makanan ringan yang sedang berkembang, sangat

penting mengembangkan produk di persaingan bisnis yang semakin banyak. Pasalnya, peningkatan penjualan menjadi prioritas dari hasil pengembangan jika dilakukan. Menurut Ash Shadiq tahun 2019, kemasan yang baik akan meningkatkan penjualan bagi produk sehingga menjadi nilai tambah. Berdasarkan **Gambar 1.5**, dapat dilihat bahwa kemasan kue piciak-piciak sangat hanya menggunakan desain kemasan yang kurang menarik. Kue piciak-piciak ini dikemas dengan kemasan yang masih tradisional, yakni menggunakan 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. Dengan demikian, hasil survei yang dilakukan saat studi pendahuluan merupakan strategi untuk mengevaluasi hal tersebut.



Gambar 1.5 Kemasan Kue Piciak-Piciak Buk Djas Sasuai Salero
(Sumber : Pribadi, 2025)

Penggunaan kemasan plastik rebah dengan teknik *seal*, tentunya diperlukan evaluasi kualitas kemasan produk, penting untuk meninjau kesesuaian kemasan dengan standar mutu yang komprehensif. Meskipun kemasan yang digunakan saat ini telah berfungsi secara umum untuk membungkus produk pangan ringan yaitu kue piciak-piciak, namun jika ditinjau lebih mendalam, masih terdapat sejumlah

kelemahan yang dapat diidentifikasi berdasarkan delapan dimensi kualitas produk. Identifikasi kelemahan ini ditampilkan secara sistematis pada **Tabel 1.1** berikut.

Tabel 1.1 Kelemahan Kemasan Plastik *Seal*

<i>Product Dimension</i>	<i>Quality Weakness</i>
<i>Performance</i>	1. Kemasan model plastik seal rebah tidak mampu memberikan visibilitas optimal di rak penjualan karena posisi datarnya menyebabkan label produk tidak langsung terlihat oleh konsumen. Sebaiknya kemasan yang mudah terlihat dan berdiri tegak lebih cepat menarik perhatian dibandingkan kemasan datar atau rebah yang tenggelam di antara produk lain (Doshi, 2023).
	2. Kemasan rebah tanpa fitur buka-tutup ulang (seperti ziplock) dinilai tidak praktis bagi konsumen yang menginginkan kemasan dapat disimpan kembali setelah dibuka. Oktaria (2023) menyebutkan bahwa kemasan yang mudah digunakan kembali akan meningkatkan kenyamanan konsumen dan memperpanjang umur simpan produk setelah dibuka.
<i>Feature (Fitur)</i>	Tampilan kemasan masih polos dan tidak menarik. Sebaiknya dibuat lebih menarik dengan desain visual yang unik (Widiati, 2019).
<i>Reliability (Keandalan)</i>	Plastik transparan tidak efektif melindungi produk dari sinar yang bisa merusak kandungan produk, terutama yang sensitif terhadap cahaya (Sucipta et al., 2017). Produk ini memiliki tekstur yang renyah dan cita rasa khas dari udang kecil, namun kedua

	hal tersebut mudah berubah bila terkena cahaya langsung atau udara lembap.
<i>Conformance</i> (Kesesuaian)	Informasi pada kemasan belum memenuhi standar, tidak <i>up to date</i> dan kurang lengkap seperti logo halal belum terbaru, <i>barcode</i> informasi produk agar memudahkan konsumen, dan informasi nilai gizi. Informasi pada label produk penting untuk membantu konsumen memahami produk (Pratiwi, 2019)
<i>Durability</i> (Daya Tahan)	Kemasan yang transparan langsung terkena cahaya. Cahaya dapat menyebabkan oksidasi lemak dan merusak kandungan alami produk. Oleh karena itu, sebaiknya digunakan plastik gelap yang tidak tembus cahaya (Nugraheni, 2018).
<i>Serviceability</i> (Kemudahan Penggunaan)	Kemasan zip tidak fleksibel untuk berbagai ukuran porsi. Dibutuhkan variasi ukuran agar konsumen bisa mendapatkan ukuran ekonomis sesuai kebutuhan (Widiati, 2019).
<i>Aesthetics</i> (Estetika)	Desain kemasan belum menarik karena masih polos dan hanya ditempelkan stiker. Ilustrasi produk juga minim serta kemasan tidak <i>full printing</i> , padahal ilustrasi dan desain kemasan dengan <i>full printing</i> menjadi <i>value added</i> pada sebuah kemasan produk. Sehingga kemasan ini terlihat kurang bernilai atau terlalu murah dan kurang menggugah selera (Umar et al., 2022).
<i>Perceived Quality</i> (Kualitas yang Dirasakan)	Tidak ada ciri khas dalam kemasan yang menunjukkan identitas Kue Piciak-Piciak secara inovatif. Kemasan tanpa merek membuat produk tidak dikenali dengan baik (Umar et al., 2022).

Berdasarkan **Tabel 1.1**, analisis terhadap dimensi kualitas produk mengungkapkan adanya beberapa kekurangan pada kemasan yang saat ini digunakan oleh Produk Kue Piciak-Piciak Buk Djas Sasuai Salero. Beberapa dimensi kualitas produk, seperti daya tarik visual (*aesthetics*), kepraktisan (*serviceability*), dan penyampaian informasi (*conformance*), dinilai belum memenuhi harapan konsumen. Jika permasalahan ini tidak segera ditangani dan diperbaiki, dapat berdampak negatif dalam jangka panjang, seperti menurunnya minat konsumen, rendahnya loyalitas merek, serta kesulitan dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif sehingga dibutuhkannya perancangan ulang terhadap kemasan kue piciak-piciak buk djas sasuai salero. Dalam perancangan kemasan, penentuan konsep memiliki peran yang sangat penting. Konsep desain yang dihasilkan berfungsi sebagai dasar dalam mengevaluasi keterkaitan dengan berbagai elemen kemasan. Keberadaan konsep desain yang tepat, tercermin dalam penciptaan citra produk yang diwujudkan melalui kemasan. Menurut Zulkarnain tahun 2020, aspek ini juga terbentuk untuk membangun komunikasi yang efektif antara produsen dan konsumen (Aprilia, 2024). Pasalnya, desain kemasan ini merupakan salah satu usaha yang dapat ditempuh untuk menghadapi persaingan perdagangan yang semakin tajam. Berdasarkan penelitian terdahulu, perancangan dan/atau pengembangan kemasan merupakan bagian dari pengembangan produk. Penelitian pengembangan produk berdasarkan preferensi konsumen sudah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya diantaranya Aprilia (2023), pengembangan produk dengan mengembangkan kemasan sekunder terhadap produk *skincare*. Selanjutnya Puspasari (2023) pengembangan produk dengan melakukan perancangan konsep desain kemasan makanan kucing. Kemudian, Quan (2024) melakukan pengembangan desain kemasan Sup Asam Merah Guizhou berbasis preferensi konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu serta tujuan yang ingin dicapai dari permasalahan tersebut, maka diperlukan pengembangan produk melalui pengembangan kemasan dengan mempertimbangkan preferensi konsumen terhadap Kue Piciak-Piciak. Hal ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah terhadap produk Kue Piciak-Piciak agar dapat memikat konsumen dan

mempengaruhi konsumen untuk membeli produk Kue Piciak-Piciak Buk Djas Sasuai Salero. Nilai tambah tersebut diperoleh produk melalui perancangan ulang kemasan dengan menggunakan mempertimbangkan preferensi konsumen agar rancangan kemasan menyesuaikan kepada perasaan dan keinginan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana merancang kemasan produk Kue Piciak-Piciak Sasuai Salero dengan mempertimbangkan preferensi konsumen?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah menghasilkan rancangan kemasan produk Kue Piciak-Piciak Sasuai Salero berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Responden diambil dari responden yang pernah mencoba produk Kue Piciak-Piciak.
2. Penelitian kali ini tidak membahas mengenai pengembangan proses produksi produk Kue Piciak-Piciak.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan literatur-literatur yang berkaitan dengan penyelesaian masalah dalam penelitian tugas akhir ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan penjelasan mengenai tahapan dalam penyelesaian masalah dalam laporan tugas akhir ini, yang dimulai dari studi pendahuluan, identifikasi masalah, rumusan masalah, pemilihan metode, pengumpulan data, pengolahan data dan penutup.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tahapan dalam mengumpulkan dan mengolah data yang digunakan pada penelitian sehingga diperoleh rancangan kemasan produk kue piciak-piciak bukdjas sesuai selera.

BAB V ANALISIS

Bab ini berisikan mengenai analisis dari hasil dan pembahasan yang telah diperoleh sebelumnya, baik secara kualitatif maupun kuantitatif untuk menjawab tujuan penelitian tugas akhir.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil pengolahan data yang dilakukan serta saran yang diberikan kepada peneliti selanjutnya.