

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemasan merupakan media penting untuk melindungi produk serta memfasilitasi penggunaannya oleh konsumen. Berdasarkan interaksinya dengan produk, kemasan diklasifikasikan menjadi tiga jenis: kemasan primer yang bersentuhan langsung dengan produk, kemasan sekunder yang melindungi kemasan primer, dan kemasan tersier sebagai lapisan terluar. Selain berfungsi sebagai wadah dan protektor, kemasan juga menjadi sarana untuk memberikan informasi produk kepada konsumen. Desain kemasan yang efektif dapat memudahkan penggunaan produk dan meningkatkan daya tarik konsumen. Dengan demikian, kemasan memainkan peran integral dalam strategi pemasaran dan pengalaman konsumsi sebuah produk. Kemasan produk bukan sekadar pembungkus komoditas, tetapi juga merupakan representasi identitas dan pilihan gaya hidup konsumen. Desain kemasan yang atraktif dapat meningkatkan daya tarik dan citra positif suatu produk. Oleh karena itu, kemasan memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kemasan yang inovatif dan kreatif mampu menonjolkan karakter produk serta menambah nilai jualnya (Wibowo dkk, 2011). Kemasan dapat mempengaruhi daya tarik dan daya saing produk yang diproduksi oleh UMKM dan masyarakat di daerah tersebut. Kemasan dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk melacak kehalalan produk makanan dengan mencatat seluruh informasi rantai pasokan mulai dari hulu hingga hilir. Informasi tersebut mencakup asal-usul bahan baku, proses produksi, hingga distribusi produk akhir ke konsumen (Wahyuni dan Arfidhila, 2019).

Bahan kemasan yang digunakan harus memenuhi syarat sebagai wadah, proteksi, sarana komunikasi produk, dan memudahkan pemakaian produk. Dalam mengemas produk pertanian, kemasan harus mampu melindungi produk dari berbagai faktor perusak seperti uap air, oksigen, mikroba, cahaya, suhu, gesekan, benturan, tekanan, dan kontaminasi. Penggunaan bahan kemasan yang tepat dapat

meningkatkan daya tarik dan daya saing produk UMKM dan masyarakat di daerah tersebut. Beberapa bahan kemasan yang sesuai untuk benih tanaman antara lain plastik *polietilen*, *aluminium foil*, dan kaleng (Farida, 2019).

Usaha pengemasan kembali suatu produk merujuk pada proses mengemas ulang produk yang sudah ada dengan tujuan memperbarui atau meningkatkan kemasan yang ada. Hal ini dapat dilakukan untuk berbagai alasan, seperti mengubah tampilan kemasan agar lebih menarik, meningkatkan kepraktisan atau fungsionalitas kemasan, atau mengoptimalkan penggunaan bahan kemasan. Dalam usaha pengemasan kembali, produk yang sudah ada diambil dari kemasan awalnya dan ditempatkan ke dalam kemasan baru yang telah dirancang ulang. Proses ini melibatkan pemilihan bahan kemasan yang sesuai, perancangan kemasan yang menarik dan fungsional, serta proses pengemasan yang aman.

Pengemasan kembali produk dapat memberikan manfaat, seperti meningkatkan daya tarik produk di pasar, memperbarui citra merek, meningkatkan kemudahan penggunaan produk, dan mengurangi dampak lingkungan dengan menggunakan kemasan yang lebih ramah lingkungan atau mengurangi jumlah bahan kemasan yang digunakan.

Selain itu, pengemasan kembali juga memberikan kesempatan bagi produsen untuk memperbarui dan memodernisasi produk mereka agar tetap relevan dengan perkembangan tren dan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, usaha pengemasan kembali suatu produk dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kualitas kemasan yang ada dan nilai produk secara keseluruhan.

Jagung (*Zea mays*) merupakan tanaman semusim dari famili rumput-rumputan dengan biji tunggal (monokotil). Jagung tumbuh tegak membentuk rumpun dengan batang kasar setinggi 0,6-3 meter dan umur panen sekitar 3 bulan (Nuridayanti, 2011). Jagung hibrida dihasilkan dari persilangan dua atau lebih varietas unggul jagung dengan tujuan mengkombinasikan sifat-sifat superior masing-masing tetua. Beberapa keunggulan jagung hibrida antara lain mampu berbuah lebih dari satu tongkol, ukuran biji dan tongkol yang lebih besar, serta masa panen yang lebih singkat (Dispertan Pubalingga, 2019).

Pemasaran merupakan komponen penting bagi pertumbuhan dan keberlangsungan suatu usaha. Tujuan utama dari kegiatan pemasaran adalah memperkenalkan dan meningkatkan *awareness* produk kepada khalayak, meningkatkan penjualan, serta membantu perkembangan usaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan strategi pemasaran yang efektif, suatu usaha dapat meningkatkan jangkauan pasar, volume penjualan, dan pada akhirnya profitabilitas. Pemasaran yang baik akan menjadikan produk semakin dikenal dan semakin diminati oleh konsumen.

Dalam mengevaluasi kelayakan finansial dari usaha pengemasan benih jagung yang baru dibangun, beberapa analisis seperti *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return on Investment* (ROI) dapat dilakukan. BEP digunakan untuk mengetahui titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya. R/C Ratio digunakan untuk mengukur efisiensi usaha dengan membandingkan total pendapatan dan total biaya. Sedangkan ROI digunakan untuk menghitung tingkat pengembalian dari modal yang diinvestasikan. Ketiga metode analisis ini dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah usaha pengemasan benih jagung sudah efisien dan menguntungkan atau masih perlu ditingkatkan. Hasil evaluasi ini sangat penting sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan apakah usaha ini layak untuk dilanjutkan atau dihentikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses pengemasan benih jagung hibrida “Tosindo” di Kabupaten Jember?
2. Bagaimana pemasaran benih jagung hibrida “Tosindo”?
3. Bagaimana analisis usaha pengemasan benih jagung hibrida “Tosindo” di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan dari tugas akhir analisis usaha pengemasan benih jagung di Kabupaten Jember adalah :

1. Dapat melaksanakan proses pengemasan benih jagung hibrida di Kabupaten Jember.
2. Dapat melakukan pemasaran benih jagung hibrida.
3. Dapat melakukan analisis usaha pengemasan benih jagung hibrida di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, berikut adalah beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari tugas akhir yang berfokus pada analisis pengemasan benih jagung hibrida di Desa Karangrejo, Kecamatan Sumpalsari, Kabupaten Jember:

1. Memberikan pengetahuan kepada mahasiswa tentang berwirausaha dan menciptakan peluang kerja baru.
2. Mendorong kreativitas dan inovasi mahasiswa dalam meraih peluang bisnis.
3. Mengenalkan kemasan baru untuk Benih Jagung kepada masyarakat.