

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemasan suatu produk adalah media yang digunakan untuk melindungi produk yang dikemas dan memudahkan pemakaian produk oleh konsumen. Kemasan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu kemasan primer (kemasan yang langsung berinteraksi dengan produk yang dikemas), kemasan sekunder (kemasan yang bersentuhan dengan kemasan primer), dan kemasan tersier (kemasan yang paling luar). Kemasan memiliki berbagai fungsi, antara lain sebagai wadah, proteksi, sarana komunikasi produk, dan memudahkan pemakaian produk. Kemasan juga dapat menjadi personal statement bagi konsumen untuk menunjukkan jati diri mereka atau dapat juga dikatakan bahwa kemasan mempunyai peranan yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk (A. Wibowo, Sony Fajar widya Pratama Putra, 2021). Kemasan dapat mempengaruhi daya tarik dan daya saing produk yang diproduksi oleh UMKM dan masyarakat di daerah tersebut . Kemasan juga dapat digunakan sebagai media untuk melacak status kehalalan dari suatu produk makanan, dengan cara merekam semua informasi kegiatan dalam menghasilkan produk mulai hulu yaitu asal usul bahan baku sampai dengan hilir (Dini dan Nurul, 2019).

Bahan kemasan yang digunakan harus memenuhi syarat sebagai wadah, proteksi, sarana komunikasi produk, dan memudahkan pemakaian produk. Dalam pengemasan produk pertanian, kemasan yang digunakan harus mampu melindungi produk dari uap air, oksigen, mikroba, cahaya temperatur, gesekan, benturan, tekanan, dan kontaminan lain (kotoran, hewan dan debu). Dengan menggunakan bahan kemasan yang tepat, diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing produk yang diproduksi oleh UMKM dan masyarakat di daerah tersebut. Beberapa jenis bahan kemasan yang cocok untuk benih tanaman antara lain plastik polietilen aluminium foil dan kaleng (Laila 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.

Bayam (*Amaranthus spp.*) merupakan salah satu hasil pertanian yang banyak dibudidayakan oleh petani. Komoditas ini lebih dikenal masyarakat sebagai sayuran yang mudah didapat dan memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Menurut Gunawan (2017) menyatakan bahwa 100 gram bayam mengandung nutrisi hingga 2,3 gram protein, 3,2 gram karbohidrat, 3 gram zat besi, dan 81 gram kalsium. Selain itu, bayam juga kaya akan mineral seperti vitamin A, vitamin C, niacin, thiamin, fosfor, riboflavin, sodium, potasium dan magnesium. Bayam yang kita kenal selama ini banyak digunakan sebagai lauk misalnya bayam goreng, lalapan. Kandungan vitamin dan mineral pada bayam sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Namun mengonsumsi bayam secara teratur dapat mengurangi risiko stroke. Selain itu, bayam juga sangat bermanfaat untuk pembentukan sel darah merah di dalam tubuh, sehingga tubuh tidak mengalami anemia atau kekurangan darah. Tidak sedikit masyarakat Indonesia yang tidak mau makan sayur sehingga terdapat cara untuk meningkatkan nilai tambah produk bayam adalah dengan melakukan diversifikasi penggunaan daun bayam yang selama ini hanya digunakan sebagai sayuran untuk membuat keripik bayam yang enak dan renyah. Peningkatan kebutuhan ini membutuhkan perhatian terusmenerus terhadap kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas produk yang lebih baik (Herdhiansyah et al., 2021).

Unit usaha pengemasan keripik bayam ini dapat meningkatkan permintaan bahan baku bayam. Meningkatnya permintaan komoditas ini tentunya akan mendorong petani bayam untuk mengembangkan usaha budidayanya dan 16 mendorong petani atau calon petani untuk mengembangkan komoditas bayam. Berkembangnya usaha keripik daun bayam dan usaha pengemasan, tidak hanya

dapat menambah nilai komoditas bayam, tetapi juga dapat meningkatkan kesempatan kerja dan memberikan alternatif pangan nabati kepada masyarakat.

Suatu usaha memerlukan pemasaran yang baik sebagai upaya meningkatkan suatu usaha menjadi lebih besar dan mendapatkan keuntungan. Pemasaran memiliki tujuan untuk memperkenalkan suatu produk agar lebih dikenal oleh masyarakat, untuk meningkatkan penjualan dan sebagai alat bantu agar usaha dapat berkembang dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Usaha pengemasan keripik bayam merupakan sebuah usaha baru. Untuk mengetahui usaha tersebut dapat dikatakan menguntungkan dan dapat dilanjutkan usahanya, maka diperlukan sebuah analisis usaha. Analisis yang dilakukan dapat menggunakan metode analisis Break Event Point (BEP), Revenue Cost Ratio (R/C Ratio), dan Return On Investment (ROI). Dari analisis tersebut maka sebuah usaha dapat diketahui apakah usaha tersebut dapat diusahakan lebih lanjut atau tidak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang yang telah diuraikan terdapat beberapa rumusan masalah, diantaranya:

1. Bagaimana tahapan proses pengemasan “keripik bayam” ?
2. Bagaimana analisis kelayakan usaha “Keripik Bayam” ?
3. Bagaimana proses pemasaran “Keripik Bayam” ?

1.3 Tujuan

berdasarkan rumusan masalah terdapat beberapa tujuan, sebagai berikut :

1. Mampu melakukan proses pengemasan “Keripik Bayam”.
2. Mampu melakukan analisis usaha “Keripik Bayam” di Desa Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember
3. Mampu melakukan proses pemasaran “Keripik Bayam”.

1.4 Manfaat

Terdapat beberapa manfaat dari pelaksanaan tugas akhir ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Meningkatkan pemahaman dan kemampuan analisis mahasiswa dan masyarakat terhadap usaha pengemasan keripik bdaun bayam.
2. Referensi bagi mahasiswa dalam penulisan tugas akhir.
3. Sebagai acuan bagi mahasiswa dan masyarakat untuk meningkatkan penjualan bayam.