

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan bisnis makanan ringan semakin ketat, dipicu karena semakin meningkatnya konsumsi makanan ringan oleh masyarakat pada setiap harinya, hal ini menggugah para pengusaha dan melahirkan pengusaha-pengusaha baru untuk menciptakan dan meningkatkan variasi produk makanan ringan yang lebih kreatif dan inovatif. Banyaknya produk-produk perusahaan besar ataupun produk luar negeri mengancam produk yang dihasilkan oleh industri mikro. Kualitas produk yang dihasilkan oleh industri mikro sebenarnya tidak kalah bersaing dengan produk luar negeri, tetapi kita mempunyai kelemahan yang mengakibatkan produk industri mikro tidak berkembang, salah satunya adalah faktor desain kemasan.

Selera pasar yang bervariasi juga menjadi kendala tersendiri bagi industri mikro/kecil, sebagian besar mereka belum memahami pentingnya desain kemasan untuk menjawab "selera pasar", keterbatasan wawasan dan pengetahuan tentang kemasan telah mengkondisikan cara berpikir sederhana mereka dalam menyikapi peluang jual produk di pasaran: *"Kalau laku ya syukur..., tidak laku ya sudah... memang rejeki belum datang"* atau *"Dengan kemasan seperti ini saja sudah laku dan untung, itu yang penting"*. Fenomena tersebut mengisyaratkan bahwa industri kecil tidak memiliki kemampuan analisa pasar untuk menjawab alasan dan penyebab produk mereka tidak laku. Secara mentalitas, mereka terkungkung oleh pemahaman yang konvensional terkait kemasan sebuah produk. Padahal jika dicermati, faktor kemasan yang tidak tepat bisa menjadi salah satu alasan karena dapat mengakibatkan produk ditolak pasar, tidak laku, cepat rusak/menjamur atau mudah hancur.

Banyak orang menganggap bahwa kemasan tidak begitu berpengaruh, tetapi pada kenyataannya kekuatan desain kemasan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian karena desain kemasan yang unik memiliki daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Kemasan digunakan oleh konsumen sebagai *reference point* untuk menentukan kualitas produk, yaitu digunakan

sebagai gambaran dari kualitas produk, atau dengan kata lain meminjam peribahasa terkenal, *the consumers DO judge the book by its cover*, maka secara langsung dan tidak langsung pengaruh faktor kemasan bisa mencapai sekitar 50% hingga 80% dalam proses pemilihan suatu produk. Bahkan jika dibandingkan dengan elemen merek lain seperti *brand name*, slogan, karakter ataupun simbol, kemasan sering kali menjadi elemen terpenting (Irawan D, 2007).

UD.Srimulyo adalah salah satu industri mikro di daerah Banyuwangi yang memproduksi berbagai jenis makanan ringan, baik makanan yang sudah ada di pasaran maupun berbagai makanan inovasi baru yang masih langka atau belum ada di pasar. UD.Srimulyo mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang baik dan banyak diminati oleh konsumen sehingga kedudukan produk di pasar dapat dikatakan cukup baik. Namun permasalahan yang terjadi adalah mengapa produk UD.Srimulyo yang cukup banyak dan bervariasi hingga saat ini masih belum mampu menembus pasar secara luas atau bahkan masih belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, konsumen sebagian besar hanya berasal dari masyarakat lokal.

Ibu Pinisri sebagai pemilik UD.Srimulyo yang telah mengikuti pelatihan oleh Lembaga Pengembangan Kemasan UKM Indonesia (LPK-UKMI) mengungkapkan bahwa produk yang dihasilkan memiliki beberapa kelemahan sehingga kurang mampu berkembang di dunia pasar, salah satunya adalah faktor kemasan. Kemasan produk di UD.Srimulyo rata-rata hanya menggunakan bahan plastik biasa dengan dijilid bagian atasnya dan kemasan lain menggunakan mika, sehingga menjadikan produk kurang layak untuk ditampilkan dari segi desain kemasan. Hal itu menyebabkan produk yang dihasilkan kurang memiliki nilai atau keunggulan yang ditonjolkan sehingga tidak mampu menguasai pangsa pasar secara luas.

Berdasarkan permasalahan tersebut, perlu dilakukan perbaikan dengan kegiatan usaha pengemasan makanan ringan khususnya pada UD.Srimulyo di desa Sragi kecamatan Songgon kabupaten Banyuwangi untuk meningkatkan nilai tambah produk makanan ringan serta menaikkan posisi produk di pasar agar tidak kalah bersaing dengan produk luar. Pengubahan kemasan makanan ringan

yang lebih kreatif dan inovatif akan menambah daya tarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian lebih cepat. Selain itu, dalam melakukan kegiatan usaha pengemasan makanan ringan perlu dilakukan berbagai analisis untuk mengukur dan mengetahui tingkat kelayakan usaha yaitu apakah layak atau tidak layak usaha tersebut untuk dijalankan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang di atas, yang menjadi pokok bahasan tugas akhir adalah:

- a. Bagaimana kegiatan pengemasan makanan ringan di UD.Srimulyo?
- b. Bagaimana analisis kelayakan usaha pengemasan makanan ringan di UD.Srimulyo?
- c. Apakah ada peningkatan penjualan sebelum dan sesudah dilakukan pengemasan pada produk makanan ringan di UD.Srimulyo?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat**

### **1.3.1 Tujuan**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan pelaksanaan tugas akhir adalah:

- a. Dapat mengetahui kegiatan pengemasan produk makanan ringan
- b. Dapat menganalisis kelayakan usaha pengemasan makanan ringan
- c. Dapat mengetahui peningkatan penjualan sebelum dan sesudah dilakukan pengemasan pada produk makanan ringan

### **1.3.2 Manfaat**

Manfaat yang diharapkan adalah:

- a. Mahasiswa dapat menerapkan secara teori maupun keterampilan yang telah diperoleh di bangku kuliah untuk diaplikasikan di lapangan.
- b. Mahasiswa dapat belajar berwirausaha, terutama wirausaha dalam pengemasan produk makanan ringan
- c. Memberikan peluang baru bagi khalayak dalam dunia wirausaha

- d. Sebagai bahan referensi dan pertimbangan bagi penulis Tugas Akhir selanjutnya