

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi saat ini situasi persaingan dalam pasar sudah semakin tajam, sedangkan para produsen makanan dan minuman harus dapat berinovasi agar tetap terus bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Kekuatan desain kemasan mempunyai pengaruh yang besar untuk konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Salah satu strategi yang digunakan dalam persaingan para produsen makanan dan minuman selain keunggulan kualitas produknya atau penggunaan teknologi yang canggih juga tak kalah pentingnya melalui penggunaan desain kemasan.

Kemasan adalah hal yang sangat penting dalam suatu produk karena dari kemasan yang dibuat akan menjadi sebuah identitas yang melekat pada produk tersebut, agar produk tersebut mempunyai ciri khas yang pada akhirnya dikenal dan melekat pada diri konsumen. Selama ini kemasan hanya dilihat dari sisi fungsionalnya saja, yaitu harus dapat menjaga kualitas produk, mudah dibuka dan praktis untuk di bawa. Oleh karena itu para produsen makanan dan minuman harus dapat lebih berinovasi dalam menentukan kemasan produknya. Karena itu kemasan yang dibuat harus dapat memberikan respon positif sehingga mampu menarik minat para konsumen.

Pada dasarnya trend kemasan di Indonesia di pengaruhi oleh desain, label, dan warna. Kemasan produk yang beredar dipasaran umumnya berbeda dari segi warna, bentuk, dan desain. Konsumen cenderung membeli produk yang mereka rasa menarik minat mereka dengan kata lain *eye catching*, sehingga para produsen harus paham bagaimana tingkah laku, selera, dan juga minat konsumen.

Terlebih di era sekarang ini dimana persaingan di dunia bisnis semakin tajam dan para produsen yang saling berlomba – lomba menarik perhatian serta minat calon konsumen. Sekarang ini kemasan juga berperan penting sebagai media komunikasi antara konsumen dan produsen. Pada umumnya para produsen memberikan kontak perusahaan pada kemasan produk mereka agar konsumen dapat lebih mudah mendapatkan informasi yang lebih detail ataupun kritik dan saran mengenai produk tersebut.

Begitu juga dengan Black Soya Powder, berawal dari sebuah ide pada saat mengikuti penelitian Program Kreativitas Mahasiswa, bidang kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) yang didanai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (Ditlitabmas), Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (DIKTI) tahun 2010 dengan judul “BLACK SOYA DRINK (minuman kesehatan berkhasiat luar biasa)”

Sampai akhirnya berlanjut pada tahap mengikuti Monitoring dan Evaluasi (MONEV) yang dilakukan pada 18 Mei 2011 untuk mengetahui apakah masuk atau tidak dalam calon peserta PIMNAS tahun 2011. Yang akhirnya masih tetap berlanjut penjualannya sampai saat ini namun berganti nama menjadi “Black Soya

Powder” dikarenakan sudah tidak menjual lagi dalam bentuk produk yang siap minum.

Black Soya Powder adalah salah satu inovasi yang dikembangkan untuk mengolah kedelai hitam menjadi minuman kesehatan. Kedelai selama ini diketahui hanya diolah menjadi tempe, tahu, kecap manis, dan juga susu kedelai. Kedelai sendiri ada dua jenis yaitu kedelai kuning dan kedelai hitam. Kedelai kuning umumnya lebih banyak diolah menjadi makanan. Sedangkan untuk produk Black Soya Powder sendiri memiliki perbedaan dengan minuman kedelai lainnya hal ini dikarenakan Black Soya Powder tidak menggunakan campuran bahan pengawet dan terbuat dari bahan alami.

Namun melihat persaingan bisnis yang semakin ketat maka dilakukan suatu pengembangan desain kemasan untuk meningkatkan dan menarik minat konsumen sehingga lebih meningkatkan hasil penjualan. Pihak manajemen ingin melakukan perubahan pada kemasan yang sudah ada sebelumnya, karena kemasan yang sudah ada dari segi fungsional dan juga desain dirasakan masih kurang menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Selain itu, karena produk Black Soya Powder adalah produk yang merupakan inovasi baru untuk minuman kesehatan berbahan dasar kedelai hitam yang belum lazim dikenal oleh masyarakat luas, sehingga produsen harus berusaha keras dalam melakukan perubahan kemasan dan pengenalan Black Soya Powder kepada konsumen. Oleh karena itu dilakukan penelitian untuk mengetahui preferensi yang paling tinggi dari produk Black Soya Powder dilihat segi warna, corak, bentuk, dan model kemasan yang disukai oleh konsumen. Konsumen

dipersilahkan memilih desain kemasan yang paling disukai sehingga diperoleh suatu alternatif kemasan yang benar-benar merupakan pilihan konsumen dan sesuai dengan produk Back Soya Powder.

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti berharap memperoleh jawaban atas permasalahan:

- 1) Keunggulan apakah yang dimiliki tiap desain kemasan?
- 2) Alternatif desain kemasan manakah yang disukai oleh konsumen dan sesuai dengan produk Black Soya Powder?
- 3) Apakah terdapat perbedaan pemilihan alternatif desain kemasan apabila ditinjau dari perbedaan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan?

## **1.3 Batasan Penelitian**

Agar peneliti lebih spesifik dan untuk membatasi permasalahan yang diteliti maka penulis membuat batasan masalah sebagai berikut:

- 1) Responden

Responden pada penelitian ini yaitu sebagian mahasiswa Atma Jaya Yogyakarta dan konsumen Black Soya Powder di Kebumen. Jumlah responden adalah 150.

## 2) Kemasan

Kemasan yang diteliti ada 4 macam kemasan yang dibedakan menjadi kemasan Dos, Botol, Kantong Kertas, Plastik.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui keunggulan apa saja yang dimiliki masing-masing alternatif desain kemasan.
- 2) Untuk mengetahui alternatif desain kemasan yang disukai oleh konsumen dan sesuai dengan produk Back Soya Powder.
- 3) Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pemilihan alternatif desain kemasan berdasarkan perbedaan usia, jenis kelamin dan juga pekerjaan.

## **1.5 Manfaat penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain:

### 1) Bagi pihak produsen Black Soya Powder

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak produsen Black Soya Powder mengenai respon para konsumen terhadap kemasan yang dapat mempromosikan produk karena merupakan pilihan konsumen sendiri.

### 2) Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan suatu latihan bagi penulis untuk berpikir ilmiah dan se-kreatif mungkin mengkaji dan menganalisis data yang sudah diperoleh. Guna menerakan teori-teori yang telah diperoleh selama penulis mengikuti kuliah. Harapannya agar penulis dapat menyelesaikan masalah di ditengah masyarakat.

### 3) Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan serta sumbangan pemikiran untuk menambah pengetahuan khususnya mengenai kemasan dan menjadi dasar pengambilan keputusan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah mengenai gambaran tentang materi yang akan dibahas, maka disajikan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II : Landasan Teori**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang merupakan dasar dan pedoman yang mendukung dalam penelitian yang relevan guna menganalisis permasalahan yang ada. Teori-teori tersebut mencakup mengenai kemasam.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini berisi mengenai tempat dan waktu penelitian, sumber data, pengambilan dan penghitungan sampel, metode pengukuran/pengumpulan data, metode pengujian instrumen, dan metode analisis data.

### **BAB IV : Analisis Data**

Berisi tentang pengolahan analisis data dan pembahasan dari kuisisioner yang diberikan kepada para responden oleh penulis dimana data tersebut akan diuji menggunakan alat analisis yang telah ditentukan sebelumnya.

## BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan atau hasil penelitian dan saran yang diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam pengambilan keputusan oleh pihak produsen Black Soya Powder maupun wacana untuk dapat menambah wawasan khalayak yang berkepentingan.

