

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

UMKM adalah roda penggerak perekonomian Indonesia. Ketika berbicara tentang bisnis dan ekonomi, apalagi tentang dunia usaha terkadang kita dihadapkan pada satu istilah yang sangat berperan terhadap perekonomian yaitu UMKM. Bahkan dari segi usaha pengelolaan masih memiliki hubungan erat dengan perekonomian masyarakat di berbagai lapisan, tetapi dalam bentuk usaha ekonomi yang nonkorporasi. Di Indonesia sendiri bidang usaha semacam ini pada tahun 2016 ke atas justru mengalami peningkatan. Ini menjadi bukti kalau masyarakat masih berminat untuk menjalankan usaha UMKM dengan baik. Dalam perspektif usaha seperti yang dijelaskan di atas, maka lumrah jika ada pengamat yang menyamakan antara UMKM dengan UKM (Suci, 2017).

UMKM merupakan kriteria dari sebuah badan usaha yang mana usaha kecil ini merupakan satu usaha yang dikelola oleh personal namun tidak tergolong sebagai badan usaha. Kekayaan usaha yang tergolong usaha kecil biasanya berada di bawah 300 juta per tahun. Ini merupakan kekayaan bersih yang sudah dikalkulasi secara sempurna. Usaha kecil juga memiliki ciri-ciri tertentu. Yaitu tidak memiliki sistem pembukuan, kesulitan untuk memperbesar skala usaha, usaha non ekspor impor serta masih memiliki modal yang terbatas. Jika dilihat dari perspektif ini tentu usaha kecil memiliki progres bisnis yang lebih tinggi dibandingkan usaha mikro (Suci, 2017).

Simping 97 adalah sebuah UMKM yang bergerak dibidang industri makanan khas Purwakarta yang beralamatkan di Kp. Cipangasaman RT/09 RW/03 Desa Legokhuni Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Purwakarta. UMKM ini telah berdiri sejak Tahun 1997 dan didirikan oleh Ibu Enung Nurjanah. Simping 97 ini sudah dikenal sebagian masyarakat kota Purwakarta, khusus nya di bidang kuliner dan makanan ringan khas Purwakarta. Simping menjadi daya tarik sendiri untuk sebagian orang karena rasanya yang sangat unik dan harganya yang sangat terjangkau. Kemasan simping yang di bungkus memakai plastik adalah ciri khas simping yang banyak dijual di berbagai tempat kuliner.

Salah satu UMKM yang akan dijadikan penelitian ini adalah UMKM Simping 97. UMKM Simping 97 ini sudah berdiri pada tahun 1997, usaha ini berawal dari seseorang yang membuat simping tetapi tidak berjalan dengan baik karena tidak bisa cara memasarkannya dan akhirnya alat-alatnya dijual, dan Ibu Enung pemilik Simping 97 ini membelinya dengan modal awal sebesar Rp.1.500.000 itu sudah termasuk bahan baku lainnya. Kemudian Ibu Enung ini memasarkan simping ke daerah Ciawitali, Pamudayan dan Bojong dengan cara di titip terlebih dahulu di tiga toko tersebut dan ternyata peminat nya kurang. Pada akhir nya ada toko yang mau menerima titipan dagangan Ibu Enung tersebut dan akhir nya banyak peminatnya, dari pertama yang hanya menitipkan satu bungkus simping sampai bisa 20 bungkus simping dalam seminggu.

Simping adalah makanan khas dari daerah Purwakarta, Jawa Barat. Bentuknya berupa lembaran pipih, bundar tipis, biasanya berwarna putih, dan rasanya gurih. Makanan ini dibuat dari tepung beras yang diberi beberapa bumbu.

Kemasan pada produk simping ini sama seperti produk kuliner khas daerah lainnya yaitu dari segi kemasannya yang masih sederhana menggunakan cara yang masih tradisional tapi memiliki kualitas rasa yang mampu bersaing, namun kurang menarik perhatian konsumen. Dari kemasan produk simping ini juga dalam proses pengemasannya hanya menggunakan plastik bening dengan memasukan label si pembuat simping ke dalam kemasan lalu plastik bening itu diikat dengan tali karet atau juga dengan tali plastik. Kemasan yang sederhana tidak menutup kemungkinan akan berpengaruh pada minat beli simping tersebut karena beberapa konsumen membeli suatu produk ada yang melihat pada kemasannya dahulu.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Pramono, 2012:136).

Pengertian minat beli menurut (Kotler & Keller,2009:15) Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Produk Siping 97 sudah dikenal sebagian masyarakat Purwakarta. Khususnya di tempat oleh – oleh. Makanan tidak hanya dinilai dari tampilannya saja, namun juga diperhatikan dalam hal kemasan dan pengemasannya, karena jika tidak sesuai akan mempengaruhi tampilan atau merusak makanan tersebut, dan

dapat menjadi bahan perbandingan para konsumen dengan produsen lain yang memiliki produk yang sama.

Kemasan adalah bagian dari suatu wadah atau bagian dari pembungkus sebuah produk yang dibuat, tujuan dari kemasan itu sendiri pada dasarnya untuk melindungi, meminimalisir kerusakan, dan juga sebagai alat untuk mempromosikan kepada masyarakat akan produk yang diciptakan. Berikut bentuk kemasan yang dibuat oleh UMKM Simping 97 yang mengadopsi material plastik bening dan label merek dan terlihat seperti konsep pembungkus makanan tradisional, berikut adalah bentuk kemasan yang ditampilkan :



**Gambar 1. 1 Kemasan Simping 97 1**

Sumber: Olahan Peneliti 2021



**Gambar 1. 2 Kemasan Simping 97 2**

Sumber: Olahan Peneliti 2021

Gambar 1.1 dan 1.2 adalah contoh kemasan tradisional pada Simping 97 yang menggunakan plastik bening biasa dengan label atau desain pada kemasan yang dipasarkan kepada masyarakat serta media sosial. Ada juga bagian toko yang terlihat pada penataan produk cukup padat tanpa adanya pembatas karena jika mengingat jenis makanan yang satu ini mudah remuk apabila di press dari segala sisi. Berikut adalah foto bagian depan toko yang memperlihatkan penataan yang menumpuk pada Simping 97 yang di kutip pada media *Instagram* sebagai berikut :



**Gambar 1. 3 Kemasan Simping 97 3**

Sumber: Olahan Peneliti 2021

Berdasarkan gambar 1.3 maka terlihat kepadatan dalam kaca sangat padat dan memiliki resiko remuknya produk dan kemasan akan terkena debu yang tentunya akan menimbulkan penurunan minat beli konsumen yang melihat hal seperti ini, hasil penjajagan yang telah dilakukan diketahui peneliti menemukan permasalahan yang mempengaruhi minat beli, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah komplain dengan perbandingan kerusakan produk pada 6 bulan terakhir yang dimulai pada periode September 2020 hingga Februari 2021 dengan jumlah penjualan di rata-ratakan dalam sebulan berada pada titik 300 pcs sebagai berikut :

**Tabel 1. 1 Hasil Mengenai Jumlah Perbandingan Komplain dan kerusakan**

Bulan	Jumlah/Bulan	Keterangan	
		Komplain	Rusak
September	300	60%	40%

Oktober	300	43%	57%
November	300	46%	54%
Desember	300	51%	49%
Januari	300	54%	46%
Februari	300	52%	48%

*Sumber : Hasil Wawancara, 2021.*

Berdasarkan tabel 1.1 adalah jumlah persentase mengenai permasalahan setiap bulannya pada periode September 2020 hingga februari 2021 perbandingan jumlah persentase dihitung berdasarkan total konsumen yang komplain dengan masalah rusak kemasan dengan perhitungan di ratakan perbulannya menjadi 300/bungkus.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas maka hasil wawancara pada UMKM Simping 97 memiliki masalah pada aspek kemasan yang membuat penurunan pada minat beli konsumen. Berikut penjabaran permasalahan pada Simping 97 :

1. Minat *transaksional*

Kurang nya minat untuk bertransaksi, beberapa produk Simping 97 banyak yang rusak ketika di terima oleh konsumen yang memesan melalui sosial media dan itu menjadi faktor kurang nya minat untuk bertransaksi melalui online.

2. *Minat refrensial*

Terbatasnya seseorang untuk merekomendasikan produk Simping 97 kepada orang lain, dengan alasan ketidakpuasan konsumen terhadap produk Simping 97 yang terlihat kurang menarik seperti pada keterangan gambar 1.3 sebelumnya.

3. *Minat eksploratif*

Terbatasnya informasi mengenai Simping 97 ini karena Simping 97 terlihat sama saja dengan simping pada umumnya, hal ini juga dilihat dari sisi pesaing nya yang nyaris tidak ada perbedaan antara Simping 97 dan simping merk lainnya terutama dalam hal kemasan. *Impact* kemasan yang seperti ini akan menjadi terbatasnya informasi untuk mencari tahu tentang produk Simping 97.

Masalah-masalah tersebut disebabkan oleh Kemasan pada Simping 97 Purwakarta seperti:

1. Desain kemasan

Tidak adanya desain pada kemasan Simping 97 yang hanya menggunakan plastik bening dan label produk. Kemasan dengan desain seperti itu pada makanan atau cemilan di nilai kurang menarik perhatian di mata masyarakat.

2. Mutu kemasan

Mutu kemasan yang digunakan berdampak pada penurunan minat beli, hal ini cenderung terlihat sama saja dengan kripik singkong pada umumnya dampak lainnya akan menjadi pengaruh juga pada

citra perusahaan Simpung 97 karena menggunakan konsep yang sederhana pada kemasan yang dibuat serta memiliki kualitas yang dibawah standar karena resiko yang ditimbulkan produk akan menjadi rusak.

### 3. Inovasi kemasan

Kurangnya inovasi pada kemasan Simpung 97 yang masih memakai plastik bening dan diikat menggunakan karet dengan label simpung 97 yang hanya memakai kertas berwarna hijau terlihat sama dengan simpung pada umumnya yang mengakibatkan Simpung 97 tidak memiliki ciri khas. Dengan membuat inovasi yang baru dan lebih menarik pada kemasan Simpung 97 akan lebih menarik perhatian konsumen dan membuat Simpung 97 berbeda dengan simpung pada umumnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Simpung 97”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah:

1. Bagaimana gambaran umum UMKM Simpung 97
2. Bagaimana kondisi kemasan pada UMKM Simpung 97
3. Seberapa besar Pengaruh Kemasan Terhadap Minat beli konsumen pada UMKM Simpung 97

4. Bagaimana hambatan dan upaya kemasan Simpang 97 terhadap minat beli konsumen?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian adalah untuk mendapatkan gambaran yang mendalam serta bukti-buktinya mengenai pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran umum mengenai UMKM Simpang 97 Purwakarta
2. Untuk mengetahui bagaimana kondisi kemasan pada UMKM Simpang 97
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen pada UMKM Simpang 97
4. Untuk mengetahui bagaimana hambatan dan upaya kemasan Simpang 97 terhadap minat beli konsumen

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain:

#### **1. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini sangat berguna untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian dan penyusunan karya ilmiah khususnya tentang pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen.

## **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan baru yang bermanfaat khususnya mengenai pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen.

## **3. Bagi Pembaca**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi dalam melakukan kajian atau penelitian dengan pokok permasalahan yang sama, serta sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan langsung dengan penelitian ini.

### **1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

#### **1.5.1 Lokasi penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Purwakarta yang terdapat di Kampung Cipangasaman, Rt 009/003, Desa Legokhuni, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Purwakarta. Dan penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 6 bulan.

#### **1.5.2 Lamanya Penelitian**

Dalam melakukan penelitian dari mulai mengumpulkan data-data, pengolahan data hingga pelaporan adalah selama 6 (enam) bulan terhitung dari bulan November 2020 sampai April 2021.