

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin maju perkembangan jaman menyebabkan pola pikir manusia semakin kreatif dan inovatif, banyak inovasi-inovasi baru yang mermunculan terutama dalam bidang usaha kuliner. Menurut Nonto (2011) pertumbuhan usaha kuliner sendiri masih memegang rekor tertinggi diberbagai belahan dunia dikarenakan usaha kuliner memiliki hasil yang lebih menjanjikan dibandingkan dengan usaha-usaha yang lainnya. Jika kita peka terhadap lingkungan sekitar, banyak kita jumpai usaha-usaha kuliner yang bermunculan baik dalam berbagai skala usaha seperti: usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah sampai dengan usaha berskala besar. Segala macam bentuk inovasi mereka suguhkan sebagai bentuk kreatifitas dan keunikan tersendiri bagi usahanya.

Disisi lain, pelaku usaha kuliner banyak yang lebih memilih membungkus produknya dengan menggunakan kemasan yang tidak ramah lingkungan seperti plastik dengan alasan lebih praktis dan murah. Selain itu Kamsiati, Herawati, dan Purwanti (2017) menilai bahwa kemasan plastik merupakan kemasan yang kuat, mudah dibentuk dan ringan. Hal ini dapat menyebabkan produksi plastik terus meningkat. Menurut *BBC News* (2017) total produksi plastik mencapai angka 8,3 miliar ton, dimana pelaku usaha kuliner mengambil 78 juta ton sebagai produksi kemasan plastik dan sekitar 6,3 miliar ton menjadi sampah dan sisanya sudah tertimbun di dalam tanah dengan presentase kurang lebih 79%. Cpfood merupakan salah satu pelaku usaha kuliner pengolahan ayam yang masih menggunakan kemasan plastik pada produknya. Cpfood lebih dikenal dengan sebutan Fiesta. Dilansir dari Cpfood.co.id, Fiesta memiliki lebih dari 50 macam produk dan dimana semua produknya masih dikemas dengan menggunakan kemasan plastik. TeaBreak juga merupakan pelaku usaha kuliner yang masih menggunakan plastik untuk mengemas produknya. TeaBreak sendiri sudah memiliki kurang lebih 90 cabang di Indonesia dan 28 menu minuman yang masih dikemas dengan menggunakan kemasan plastik.



Gambar 1. 1 Kemasan Fiesta
 Sumber: <https://images.tokopedia.net/>



Gambar 1. 2 Kemasan Tea Break
 Sumber : <https://d1sag4ddilekf6.cloudfront.net/>

Produk yang dikemas menggunakan kemasan plastik memang lebih aman dalam hal gangguan seperti serangga, cuaca, dan air jika dibandingkan dengan produk yang dikemas menggunakan bahan lainnya. Namun penggunaan kemasan plastik justru dapat menjadi sebuah ancaman bagi lingkungan, karena limbahnya masih belum dapat ditangani dengan maksimal. Leo Hendrik Baekeland menemukan kandungan plastik yaitu bakelit yang dimana kandungan tersebut sulit untuk diurai oleh alam (Nurrosyid, 2006). Dampak yang ditimbulkan dari limbah plastik antara lain kerusakan ekosistem baik di laut dan di darat. Sebuah film dokumenter *A Plastik Ocean* menceritakan bagaimana kondisi ekosistem di tengah laut yang rusak akibat sampah plastik. Hewan-hewan seperti paus, burung camar, penyu mengalami kematian akibat memakan sampah plastik ditengah laut dan manusia mengalami gangguan pernafasan akibat menghirup udara yang sudah tercampur dengan partikel-partikel plastik yang terurai. Dalam film *A Plastik Ocean* di tunjukkan bahwa sampah plastik tersebut paling banyak berasal dari pembungkus sebuah produk baik makanan atau yang lain. Pemilihan bahan kemasan yang tepat dapat mempengaruhi kondisi produk makanan didalamnya dan juga dapat mempengaruhi kondisi lingkungan nantinya ketika kemasan sudah tidak lagi digunakan atau dibuang.

Industri desain produk saat ini, sudah banyak yang menawarkan berbagai jenis kemasan yang menggunakan bahan dasar ramah lingkungan seperti plastik *polypropylene*, *biofoam*, kertas/kardus, bambu, dan *food container*. Dengan

menggunakan kemasan ramah lingkungan ini, setidaknya kita dapat mengurangi penggunaan kemasan plastik. Kemasan ramah lingkungan sendiri saat ini sudah menjadi sebuah tren baru bagi usaha-usaha kuliner. McDonald's merupakan salah satu pelaku usaha yang menggunakan kemasan ramah lingkungan terhadap produknya. McDonald's sendiri merupakan usaha *fast food* yang berasal dari Amerika. McDonald's memulai kampanye *eco packaging* dengan meminimalisir penggunaan kemasan yang tidak ramah lingkungan seperti mengurangi penggunaan sedotan plastik, mulai memakai kemasan berkelanjutan, mengganti bahan plastik menjadi *paper*.



Gambar 1. 3 Kemasan McDonald's
Sumber: <https://cdn.i-scmp.com/>

McDonald's berhasil mengurangi 300 juta ton kemasan, mendaur ulang 1 juta ton kotak bekas, dan secara umum McDonald's mengurangi sampah sebanyak 30%. Francesca DeBiase selaku kepala cabang pemasaran dan daya guna ulang McDonald's mengatakan kampanye gerakan *eco packaging* dilakukan karena McDonald's memikul tanggung jawab yang besar untuk membuat perubahan yang berarti dan mampu memberikan dampak secara global sebagai restoran terbesar di Dunia.

Kedai Rumahan merupakan pelaku usaha kuliner yang masuk ke dalam skala kecil. Kedai Rumahan berdiri pada tahun 2017. Pada saat ini Kedai Rumahan sudah membuka 2 cabang di Kota Gresik. Kedai Rumahan hadir dengan konsep *fresh, nature and friendly*. Kedai Rumahan menawarkan produk seblak dan *seafood* sebagai menu utamanya, selain itu Kedai Rumahan juga menawarkan produk lain seperti cilok dan cekeur. Kedai Rumahan memadukan bahan baku seblak dan

seafood dengan bumbu khas Rumahan sehingga menghasilkan cita rasa yang baru dan belum pernah ada sebelumnya. Bahan baku *seafood* yang dijual merupakan hasil dari budi daya sehingga tidak menimbulkan kerusakan ekosistem laut. bahan baku untuk produk seblak juga merupakan olahan sendiri, sehingga produk yang dijual tidak mengandung bahan berbahaya dan terjamin sehat. Selain menawarkan produk seblak dan *seafood*, Nanda Ferry (*Owner* Kedai Rumahan) mengatakan bahwa Kedai Rumahan juga menawarkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dari awal pembeli datang hingga kembali. Karena menurutnya sebuah kepercayaan pelanggan adalah kunci utama dari kesuksesan usahanya. Berdasarkan wawancara langsung dengan Nanda Ferry (*Owner* Kedai Rumahan), selama membuka usaha Kedai Rumahan mulai mendapati beberapa masalah, salah satunya ada pada kemasan yang digunakan. menurutnya kemasan yang digunakan kurang sesuai dengan *brand* atau *image* yang ditawarkan. Kedai Rumahan menawarkan *image fresh, nature and friendly* kepada konsumennya melalui produk yang dijual yaitu, merupakan hasil dari inovasi yang belum pernah ada sebelumnya. Menggunakan bahan-bahan yang diolah sendiri sehingga kualitas yang disuguhkan terjamin dan tentunya tidak akan merusak lingkungan. Memberikan kesan yang baik kepada konsumen melalui sikap pelayanan sehingga konsumen yang datang merasa lebih senang ketika membeli. Akan tetapi Kedai Rumahan masih belum menerapkan *image* tersebut terhadap kemasan produknya. Budelmann (2010) mengatakan bahwa fungsi sebuah kemasan adalah sebagai *brand identity* yang dimana didalamnya tidak hanya terdapat logo melainkan warna, huruf, dan ilustrasi. Sedangkan kemasan yang digunakan Kedai Rumahan saat ini hanya berupa *styrofoam* dan kantong plastik tanpa identitas sama sekali atau hanya polos saja. Kemasan Kedai Rumahan termasuk kedalam kemasan yang tidak ramah lingkungan karena berbahan dasar plastik dan *styrofoam*. Kedai Rumahan menyadari bahwa kemasan memiliki peran penting dalam menarik konsumennya. Untuk itu Kedai Rumahan harus membuat konsumennya merasa nyaman dan tertarik terlebih dahulu melalui *design* kemasan yang menarik dan tentunya memiliki kaidah yang sesuai dengan teori kemasan. Dengan begitu Kedai Rumahan dapat menerapkan kampanye kemasan ramah lingkungan sebagai keselarasan dengan personal *brand*nya. Walaupun nantinya akan ada perubahan

harga, Kedai Rumahan tidak perlu takut kehilangan konsumennya karena mereka sudah percaya dan merasa nyaman dengan apa yang disajikan oleh Kedai Rumahan.

Desain kemasan sendiri merupakan elemen penting untuk menarik konsumen supaya membeli produk kita. Desain kemasan atau *packaging* adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Desain kemasan berlaku untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar (Marianne Rosner (2017)). Produk yang memiliki kemasan yang baik akan memiliki nilai kualitas yang lebih tinggi dari pada produk yang kemasannya hanya dengan kantong plastik polos atau produk yang tanpa kemasan sama sekali. Oleh karena itu perlu adanya inovasi baru terhadap kemasan makanan Kedai Rumahan. Dengan digunakannya kemasan makanan yang berbasis ramah lingkungan untuk Kedai Rumahan ini nantinya diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk-produk Kedai Rumahan, menjadi identitas produk Kedai Rumahan dari produk Kedai-Kedai yang lain, dan tentunya sebagai pergerakan mengurangi sampah plastik di Indonesia seperti halnya usaha kuliner berskala besar seperti McDonald's.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, kuisisioner, studi kepustakaan, dan studi dokumentasi. Dengan mengutamakan identitas Kedai Rumahan dan ramah lingkungan, penulis akan merancang kemasan makanan Kedai Rumahan yang memiliki bahan dasar ramah lingkungan dan menempatkan identitas Kedai Rumahan dalam kemasan ramah lingkungan tersebut. Dengan perancangan tersebut, diharapkan nantinya dapat menarik perhatian konsumen terhadap produk-produk Kedai Rumahan dan menjadikan konsumen Kedai Rumahan dan calon konsumen Kedai Rumahan lebih *aware* terhadap kepedulian lingkungan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka ditemukan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana cara mengaplikasikan branding kemasan sebagai identitas UMKM Kedai Rumahan melalui rancangan kemasan yang berbasis ramah lingkungan?
2. Bagaimana membuat rancangan kemasan yang berbasis ramah lingkungan untuk produk makanan UMKM Kedai Rumahan?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka ditemukan tujuan masalah yaitu menghasilkan branding kemasan UMKM Kedai Rumahan sebagai identitas melalui rancangan kemasan aneka makanan UMKM Kedai Rumahan yang berbahan dasar ramah lingkungan.

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini untuk beberapa pihak adalah sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Sebagai informasi dan sumber referensi mengenai konsep kemasan ramah lingkungan, serta menjadi media untuk memperluas pengetahuan mengenai penerapannya.

b. Bagi UMKM Kedai Rumahan

Sebagai gerakan untuk mengurangi sampah plastik serta ikut menjaga kelestarian lingkungan melalui penggunaan kemasan yang berbahan dasar ramah lingkungan.

c. Bagi Lingkungan

Dengan adanya kemasan yang berbahan dasar ramah lingkungan ini dapat dijadikan sebagai solusi untuk mengurangi banyaknya sampah plastik yang dihasilkan dari penjualan makanan seperti seblak dan *seafood*.

d. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan edukasi untuk menambah wawasan yang menerapkan ilmu desain komunikasi

visual dalam mengatasi permasalahan lingkungan melalui kemasan bagi mahasiswa akademisi Universitas Internasional Semen Indonesia.

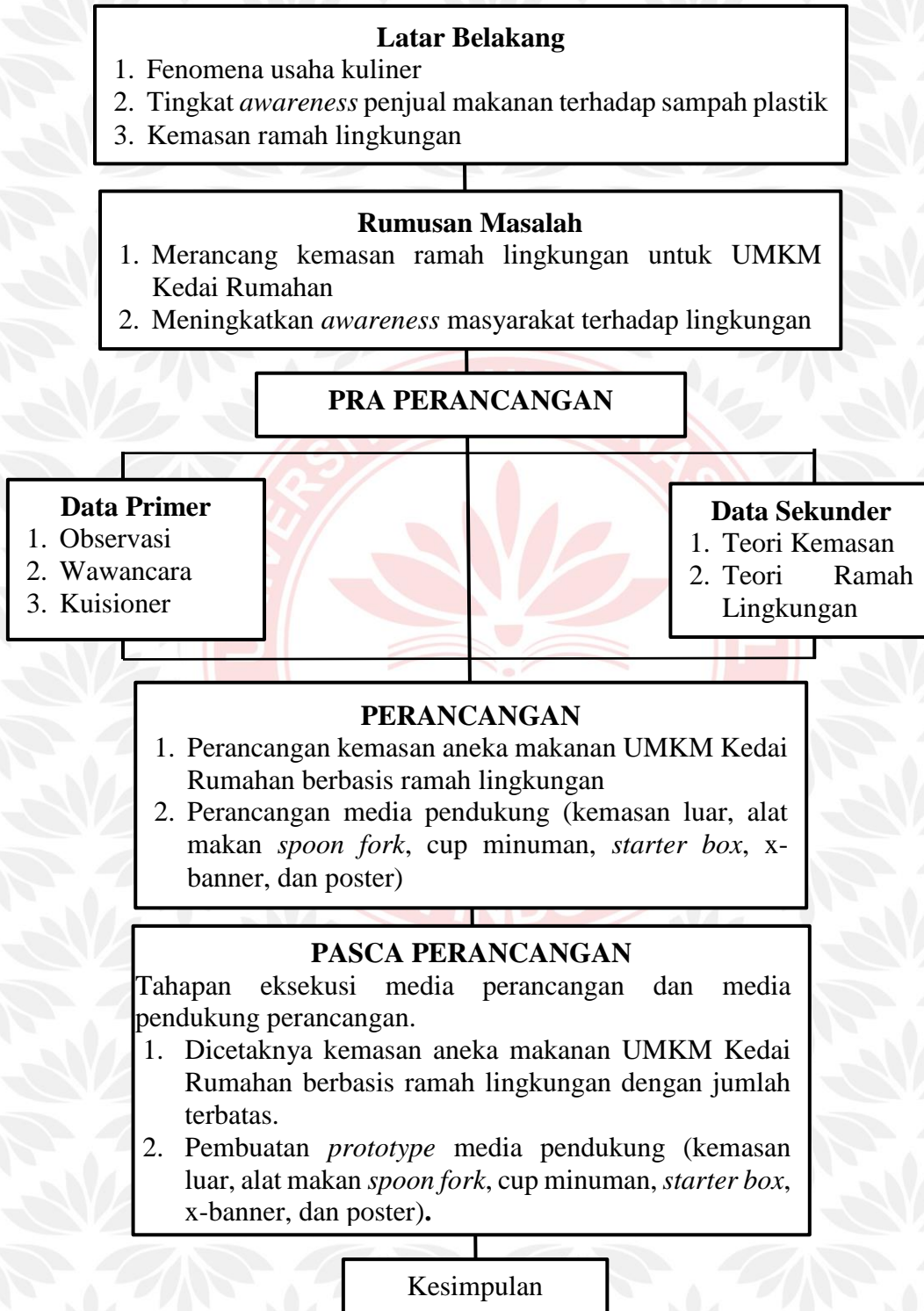
1.5 Batasan Masalah

Batasan yang digunakan untuk mendukung fokus penelitian adalah sebagai berikut :

1. Perancangan kemasan aneka makanan UMKM Kedai Rumahan berbasis ramah lingkungan sebagai upaya pengurangan sampah plastik.
2. Media perancangan memuat tentang bahan-bahan ramah lingkungan.
3. Konsep bentuk kemasan yang diusung disesuaikan dengan produk Kedai Rumahan.
4. Media pendukung perancangan yang efektif yaitu kemasan luar, alat makan *spoon fork*, cup minuman, *starter box*, x-banner, dan poster.
5. Perancangan kemasan ramah lingkungan ini dibatasi pada pembuatan media utama dan *prototype* media pendukung, tidak sampai dengan pembuatan *event secara real (offline)*.

1.6. Kerangka Pemikiran

Tabel 1. 1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021