

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini telah diwarnai dengan berbagai persaingan di segala bidang. Termasuk persaingan bisnis yang semakin ketat yang mengakibatkan perubahan sikap konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Sikap konsumen merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pemasar untuk memahami konsumen. Dengan mengetahui sikap konsumen, pemasar dapat mengembangkan produk baru dan memformulasikan serta melakukan evaluasi strategi promosional. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Saat ini bila bicara mengenai produk, maka tidak terlepas dari atribut produk yang menyertainya. Atribut produk yang dimaksud adalah kemasan. (Shimp, 2003)

Kemasan atau *packaging*, menjadi salah satu unsur yang sangat penting bagi produk. Pengemasan bukan hanya sekedar pembungkus makanan, tetapi lebih dari itu yaitu *packaging is branding*. Kemasan menjadi salah satu pemicu penjualan sebuah produk karena fungsinya langsung berhadapan dengan konsumen. (Shimp, 2003)

Saat ini industri-industri makanan ringan sudah sangat banyak membanjiri pasaran. Bantul merupakan sentra penghasil jagung terbesar di DIY. Produk emping jagung dipilih karena Kecamatan Pajangan merupakan sentra penghasil jagung terbesar yang ada di Kabupaten Bantul, hal tersebut dapat dilihat dari luas dan produksi tanaman jagung lebih besar dari pada tanaman lainnya bahkan

melebihi tanaman padi. Luas dan produksi tanaman dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

Tabel 1. Luas dan Produksi Tanaman Kecamatan Pajangan

No	Jenisnya	Luas Tanam (Ha)	Luas yang dipanen (Ha)	Rata-rata produk (Kw/Ha)	Jumlah Produksi (Ton)
1	Padi Sawah	245	245	65	159,25
2	Padi Gogo	0	0	0	0
3	Jagung	500	500	55	275
4	Ketela Pohon	0	0	0	0
5	Ketela Rambat	0	0	0	0
6	Kacang Tanah	0	0	0	0
7	Kedelai	0	0	0	0
8	Sayur-sayuran	1	1	1,5	1,5
9	Buah-buahan	20	20	7,5	15
10	Kacang Hijau	5	5	1,5	7,5
11	Sorgum/Cantel	20	20	2	4
12	Garut	100	100	2,5	25

Sumber : Data Monografi Kecamatan Pajangan Tahun 2014

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa tanaman jagung merupakan tanaman dengan produksi terbesar di Kecamatan Pajangan. Dengan hasil produksi yang melimpah tersebut maka jagung banyak diolah menjadi makanan ringan oleh industri-industri rumah tangga. Salah satu industri rumah tangga yang memproduksi makanan ringan/*snack* yaitu Kelompok Wanita Tani (KWT) “Tri Manunggal” yang berlokasi di Desa Sendangsari Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul dengan produk-produknya yaitu emping gadung, kerupuk jagung dan produk yang paling banyak diproduksi yaitu emping jagung .

Pada saat ini sudah banyak sekali rumah produksi yang memproduksi emping jagung, dengan rasa dan harga yang rata-rata bersaing, maka perlu ada nilai tambah yang diusung pada produk emping jagung ini agar memiliki nilai lebih dari produk emping jagung lainnya. Salah satu elemen yang dapat ditingkatkan yaitu dalam hal kemasan. Bagi sebagian pelaku bisnis kecil, kemasan

dinilai dan diposisikan sebagai hal yang tidak penting dan kadang luput dari perhatian. Hal itulah yang terjadi pada produk emping jagung yang diproduksi oleh KWT “Tri Manunggal” yang masih sangat sederhana dalam pengemasannya. Kemasan lama emping jagung yang dipakai sebelumnya oleh KWT “Tri Manunggal” dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1. Desain Lama Label Kemasan Emping Jagung

Berkaitan dengan hal tersebut pada bulan Februari 2014 Himpunan Organisasi Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPTA) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mencoba membantu dengan melakukan program pengabdian berupa pembuatan dan pembaharuan desain label kemasan produk emping jagung berupa penambahan warna. Dari program tersebut pihak KWT “Tri Manunggal” menyetujui kemasan yang telah diperbaharui, dan desain label kemasan tersebut mulai diimplementasikan pada Agustus 2014. Namun dari implementasi program tersebut dirasa masih kurang efisien. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap Ibu Sumiati selaku ketua KWT “Tri Manunggal”, label kemasan yang yang diubah desainnya dirasa masih belum

efisien karena biaya yang dikeluarkan untuk perubahan kemasan tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan menggunakan kemasan yang Selain itu untuk pembuatan kemasan yang berlabel sablon KWT “Tri Manunggal” harus mengeluarkan *budget* yang cukup besar karena kuota minimal pencetakan yang terbilang tinggi yaitu seribu kemasan. Berdasarkan hal tersebut pihak KWT “Tri Manunggal” merasa perlu melakukan perubahan kemasan terutama dalam hal pelabelan. Kemasan yang diubah warnanya dapat dilihat pada Gambar 2



Gambar 2. Desain Label Kemasan Emping Jagung yang Diubah

Dari permasalahan tersebut penulis mencoba berdiskusi dengan pihak KWT “Tri Manunggal” dan menawarkan solusi alternatif yaitu berupa pembuatan label kemasan yang menggunakan stiker yang lebih praktis dan efisien dalam penggunaannya, sehingga plastik yang tersedia bisa dipakai untuk mengemas produk olahan yang lainnya, serta lebih murah dalam pencetakannya dan tidak mempunyai kuota minimal dalam pencetakannya. Desain label kemasan yang diajukan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3



Gambar 3. Desain Baru Label Kemasan Emping Jagung yang Diajukan

Berdasarkan hal tersebut, sebelum label yang diajukan diimplementasikan pada produk emping jagung “KWT Tri Manunggal” maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sikap konsumen terhadap label kemasan produk emping jagung yang diajukan tersebut. Kemudian apakah terdapat perbedaan antara sikap konsumen *real* dengan sikap konsumen potensial terhadap desain label kemasan produk emping jagung, sehingga nanti dapat memberikan solusi dalam pertimbangan pengambilan keputusan label emping jagung yang akan dipakai selanjutnya.

## B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah sikap konsumen *real* dan potensial terhadap atribut desain label kemasan produk emping jagung?
2. Adakah perbedaan antara sikap konsumen *real* dengan sikap konsumen potensial terhadap atribut desain label kemasan produk emping jagung?

**C. Tujuan**

1. Mengetahui sikap konsumen *real* dan konsumen potensial terhadap atribut desain label kemasan produk emping jagung.
2. Mengetahui perbedaan antara sikap konsumen *real* dengan sikap konsumen potensial terhadap atribut desain label kemasan produk emping jagung.

**D. Kegunaan**

1. Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baik teori maupun praktek di bidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh kemasan produk terhadap sikap konsumen.
2. Bagi industri rumah tangga yang bersangkutan penelitian ini memberikan rekomendasi dalam pertimbangan pengambilan keputusan dalam hal pengemasan produk emping jagung yang akan dipasarkan.