

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh satu orang atau kelompok yang memiliki tujuan berbeda-beda. Kegiatan pariwisata menyediakan jasa akomodasi, transportasi, makanan, rekreasi serta jasa lainnya yang terkait dengan pariwisata. Serta terdapat aspek ekonomi, sosial, lingkungan, agama, keamanan yang terlibat dalam perdagangan jasa pariwisata. Sesuai Undang-Undang RI No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, menyebutkan bahwa “Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata(2018).

Pariwisata menjadi suatu kegiatan ekonomi dan sosial yang sangat mempengaruhi banyak aspek masyarakat dan Negara, partisipasi positif dari kegiatan ini dapat membuka komunikasi antara masyarakat dan pemerintah sehingga dapat berkembangnya suatu potensi pariwisata lokal, serta dapat menciptakan banyak ekonomi yang tak terduga, dampak sosial budaya dan lingkungan, baik terhadap masyarakat sebagai tuan rumah maupun yang berkunjung sebagai wisatawan (Sirakaya-turk, 2015).

Sebagai salah satu Negara berkembang di Asia Tenggara, Indonesia memiliki kekayaan melimpah di berbagai bidang, salah satunya dalam sektor pariwisata. Industri pariwisata dapat memperbaiki ekonomi dari daerah kecil yang memiliki potensi kekayaan, dengan begitu dapat dilakukan strategi pembangunan berkelanjutan untuk daerah tersebut dengan bantuan pemerintah yang nantinya akan bermanfaat untuk daerah hingga nasional. Pariwisata berkelanjutan dapat memperkuat identitas suatu Negara karena berhubungan erat dengan metode produksi lokal, kehidupan masyarakat setempat, perayaan budaya, warisan sejarah, serta wisata alam dipedesaan. (Arintoko dkk., 2020).

Perjalanan suatu wisata tidak luput mengenai makanan dan minuman, kuliner juga menjadi salah satu aspek pariwisata dari industri, budaya, hotel dan biro perjalanan. Beragamnya kuliner yang ada di Indonesia dapat menjadikan salah satu ciri khas pariwisata Indonesia dalam meningkatkan ekonomi. Berbagai macam bisnis kuliner yang ada di Indonesia, salah satunya tentang kudapan tradisional dari berbagai negara atau suku bangsa, termasuk hidangan khas yang melestarikan warisan budaya. Kekayaan rasa dan warisan budaya suatu daerah merupakan cerminan dari kudapan tradisional.

Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Tahun 2009 menjelaskan bahwa “Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah (KUKM) pangan adalah salah satu KUKM yang mempunyai potensi dalam pengembangan perekonomian Nasional” (2009). Dengan berjalannya waktu KUKM makanan dan minuman Indonesia akan tergilas oleh makanan dan minuman impor apabila tidak meningkatkan mutu hasil produksi dan kemasannya. Badan Pusat Statistik membandingkan pengeluaran rumah tangga dengan membandingkan pengeluaran konsumsi makanan dan non makanan. Pada umumnya, pengeluaran konsumsi makanan per kapita bulanan Indonesia lebih tinggi dibandingkan pengeluaran konsumsi non-makanan, yaitu 50,94% dari konsumsi makanan (Chaterina Dwi Puspita, 2019)

Makanan tradisional cenderung memiliki filosofi serta nilai-nilai sejarah yang di kemukakan juga oleh Dewi Turgarini (2020), bahwa makanan tradisional tergolong kearifan lokal karena mengandung nilai budaya dan filosofi suatu daerah tertentu. Makanan tradisional diciptakan berdasarkan kondisi, seperti kondisi geografis dan sejarah yang ada di daerah tersebut. Makanan tradisional populer adalah makanan tradisional yang terbukti tetap disukai oleh masyarakat umum dan dipasarkan, dijual, dan dibeli secara luas oleh konsumen (Candra dkk., 2023). Gemblong merupakan kudapan tradisional Indonesia yang memiliki eksistensi langka untuk ditemukan, hanya dijumpai daerah puncak, pedagang kue, pasar tradisional dan beberapa pusat oleh-oleh. Berbahan dasar ketan yang dipadatkan dan dibentuk menjadi bentuk bulat atau lonjong digunakan untuk membuat kudapan ini, yang kemudian digoreng dan dilapisi dengan lapisan kelapa

parut yang dicampur dengan gula kelapa, sehingga menghasilkan rasa manis, serta memiliki tekstur yang kenyal di dalam dan renyah.

Gemblong biasanya disajikan dalam berbagai acara, seperti perayaan hari besar, acara pernikahan, buah tangan atau sebagai cemilan sehari-hari. Saat ini gemblong merupakan kudapan tradisional langka (*Gemblong Kue Tradisional Yang Sudah Mulai Langka*, 2023). Memiliki proses pembuatannya yang memerlukan waktu dan tenaga menjadikan gemblong jarang ditemukan. Selain itu, perubahan selera masyarakat yang cenderung lebih menyukai makanan cepat saji atau modern juga berkontribusi pada kelangkaan gemblong. Meskipun semakin jarang, gemblong masih bisa ditemukan di beberapa daerah atau pasar tradisional yang menjual jajanan khas. Daya tarik pembelian suatu produk makanan oleh konsumen salah satunya dilihat dari kemasan selain karena segi rasa yang enak. Kotler dan Keller (2016) menyebutkan bahwa kemasan adalah “*five-second communication*” yang berhubungan langsung dengan konsumen, maka kemasan menjadi daya tarik utama suatu produk kepada calon konsumen, serta kemasan salah satu upaya mendorong persaingan diantara banyaknya merek untuk menjadikan pembelian pada produk. Kemasan harus mampu mendorong konsumen untuk memberikan repons positif, salah satunya dengan mendesain kemasan yang baik secara fungsional dan memiliki daya tarik, sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Desain kemasan juga dapat mempengaruhi isi suatu produk, begitu pula pengaruh bentuk, warna, dan bahan (Widiati, 2019). Saat ini, perilaku konsumen dalam melakukan pembelian semakin kritis terhadap kemasan produk, terutama kemasan makanan yang memerlukan perhatian khusus. Konsumen mengutamakan kemasan yang praktis, menarik secara visual, memiliki fungsi yang baik, dan aman dari kontaminasi. Selain itu, produsen juga perlu memperhatikan tren yang berkembang di masyarakat. Kemasan yang tidak mengikuti tren terkini akan memberikan kesan bahwa produk tersebut kurang relevan dan usang.

Saat ini banyak sekali dijumpai kemasan produk makanan dengan hanya menggunakan plastik yang tentunya mudah sekali terkontaminasi. Pemilihan kemasan plastik harus benar-benar selektif karena karena tidak akan berdampak

secara langsung, plastik sifatnya yang akumulatif dan memiliki dampak yang ditimbulkan dalam jangka panjang sangat perlu diwaspadai. Peneliti melakukan suatu pra penelitian untuk memperkuat masalah, serta agar lebih mengetahui keadaan asli dilapangan. Pra penelitian dilakukan dengan survey kepada penjual gemblong di Kota Bandung serta menyebarkan kuesioner melalui platform *Google Form* kepada responden, yaitu masyarakat yang pernah membeli atau mengkonsumsi kudapan tradisional gemblong. Responden sebanyak 30 orang diberikan beberapa pertanyaan dengan fokus tanggapan terkait kemasan gemblong, berikut hasilnya:

**Tabel 1. 1 Hasil Pra Penelitian**

No.	Indikator Kemasan	Tanggapan Responden	
		Setuju	Tidak Setuju
1.	Visualisasi kemasan produk yang buruk	28 orang	2 orang
2.	Kemasan tidak higienis	30 orang	-
3.	Perlu pembaharuan kemasan	29 orang	1 orang
4.	Tidak tertatik untuk membeli produk	26 orang	4 orang

*Sumber: Data diolah Peneliti 2024*

Dapat disimpulkan pada tabel 1.1 hasil pra-penelitian menunjukkan mayoritas responden memberikan tanggapan bahwa kemasan gemblong yang digunakan oleh penjual di Kota Bandung tidak sesuai standar fungsional dan daya tarik visual yang seharusnya. Responden menilai bahwa visualisasi kemasan gemblong tidak menarik, serta kemasan yang digunakan tidak higienis sehingga produk mudah terkontaminasi, dengan begitu responden setuju dengan adanya pembaharuan kemasan yang dapat berpengaruh kepada minat beli konsumen pada produk gemblong.

Peneliti melakukan riset lapangan bahwa plastik menjadi kemasan yang banyak digunakan oleh penjual gemblong, hanya saja plastik mudah untuk mengkontaminasi makanan dan membuat produk rusak akibat melelehnya gula pada gemblong. Berikut kemasan serta bentuk gemblong yang ada dilapangan, diantaranya:

**Tabel 1. 2 Bentuk dan Kemasan Gemblong Hasil Pra Penelitian di Lapangan**

Bentuk Gemblong	Kemasan Gemblong
	
	
	



*Sumber: Data diolah Peneliti 2024*

Berdasarkan tabel 1.2 gemblong yang diperjual belikan dominan memiliki bentuk bulat atau lonjong yang dilapisi dengan gula yang dikemas sangat sederhana dan tidak sesuai standar kemasan, sehingga membuat nilai jual produk rendah, tidak higienis serta merusak kualitas produk karena kemasan yang tidak menyerap minyak, tidak melindungi produk serta dengan mudah mengkontaminasi produk dari elemen kemasan yang digunakan.

Dari hasil pra-penelitian dilapangan dan penyebaran kuesioner dengan jumlah responden 30 orang, dapat disimpulkan gemblong saat ini dominan dikemas dengan menggunakan plastik yang sering ditemukan di toko kue basah dan pasar tradisional.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“PERANCANGAN DESAIN KEMASAN GEMBLONG YANG MEMENUHI STANDAR FUNGSIONAL DAN DAYA TARIK VISUAL BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana desain kemasan gemblong yang memenuhi standar fungsional dan daya tarik visual?
2. Bagaimana daya terima konsumen terhadap desain kemasan gemblong yang memenuhi standar fungsional dan daya tarik visual?
3. Bagaimana harga jual kemasan gemblong yang memenuhi standar fungsional dan daya tarik visual?

### **1.3 Tujuan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan masalah penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Mendesain kemasan gemblong yang memenuhi standar fungsional dan daya tarik visual.
2. Mengetahui daya terima konsumen terhadap desain kemasan gemblong yang memenuhi standar fungsional dan daya tarik visual.
3. Mengetahui harga jual kemasan gemblong yang memenuhi standar fungsional dan daya tarik visual.

## **1.4 Kontribusi Peneliti**

Adapun kontribusi dari dilakukannya penelitian ini, sebagai berikut:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penulisan ini adalah sebagai kemajuan dalam bidang kemasan sehingga kemasan gemblong dapat bersaing dengan kemasan makanan modern dan juga dapat melestarikan dan memperkenalkan kudapan tradisional Indonesia.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Memberikan gagasan inovatif untuk pengembangan ilmu kemasan makanan di Indonesia dengan tujuan untuk meningkatkan inovasi berbagai desain kemasan baru yang bermanfaat.