

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

UMKM singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 Pasal 1 mendefinisikan UMKM sebagai bidang usaha milik individu, bukan merupakan anak perusahaan atau usaha cabang perusahaan yang dimiliki.

##### **2.1.1 Kriteria UMKM**

Di dalam Undang-Undang tersebut Pasal 6 juga membagi kriteria UMKM ke dalam kekayaan bersih serta penjualan tahunan. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih di bawah Rp.50.000.000 dan hasil penjualan tahunan di bawah Rp.300.000.000. Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih di atas Rp.50.000.000,00 hingga Rp.500.000.000,00 dan hasil penjualan tahunan di atas Rp.300.000.000,00 hingga Rp.2.500.000.000,00. Terakhir, Usaha menengah memiliki kekayaan bersih di atas Rp500.000.000,00 hingga Rp10.000.000.000,00 dan hasil penjualan tahunan di atas Rp2.500.000.000,00 hingga Rp50.000.000.000,00.

##### **2.1.2 Klasifikasi UMKM**

Menurut (Rahmana, 2009) UMKM dibedakan menjadi beberapa klasifikasi sebagai berikut:

- 1) *Livelihood Activities*: Untuk mencari nafkah. Contohnya pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Enterprise*: Memiliki sifat pengrajin namun belum memiliki sifat kewirausahaan
- 3) *Small Dynamic Enterprise*: Sudah memiliki jiwa kewirausahaan serta mampu menerima pekerjaan dan ekspor

- 4) *Fast Moving Enterprise*: Mulai melakukan transformasi menjadi jenis usaha besar (UB).

## 2.2 Kemasan

(Klimchuk dan Krasovec, 2006) mendefinisikan kemasan sebagai desain kreatif dengan elemen material, bentuk, struktur, tipografi, warna, citra, dan elemen-elemen desain lainnya sebagai informasi produk. Kemasan berfungsi untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, mengidentifikasi, menyimpan, serta membedakan sebuah produk di pasar.

Kemasan disebut berfungsi untuk mewakili pelayan dalam memperkenalkan produk. Untuk itu, kemasan harus dapat menyampaikan informasi melalui visual. Contoh pesan melalui visual dapat dilihat pada Gambar 2.1. Konsumen mengenali bentuk tersebut sebagai wadah produk makanan cepat saji suatu merek yang dikenal masyarakat.



**Gambar 2.1 Ilustrasi Kemasan Produk**

(Sumber: twitter *McDonalds*)

### 2.2.1 Sejarah Kemasan

(Hidayat, 2011) menjelaskan kemasan telah dikenal sejak zaman manusia purba seperti yang tertera pada Gambar 2.2. Manusia purba menggunakan kulit binatang dan keranjang rumput untuk mewardahi hasil buruannya.



**Gambar 2.2 Ilustrasi Kemasan Zaman Primitif**

(Sumber: petcia.es & dssmith.com)

Bangsa Cina membuat aneka keramik untuk mewardahi suatu benda sejak 8.000 tahun yang lalu. Di Indonesia, orang membuat wadah dari bambu. Pada masa pertengahan, material kemasan pun mulai mengalami perkembangan yakni dari bahan kulit, kayu, kain, keramik, batu, dan kaca. Akan tetapi, pada zaman itu kemasan hanya berfungsi untuk melindungi produk terhadap cuaca yang dapat merusak barang. Selain itu berfungsi sebagai wadah agar dapat dengan mudah dibawa selama perjalanan.

#### 1. Kemasan Tahun 1950-an

Pada tahun 1950-an peranan kemasan baru dapat dirasakan, karena banyak munculnya supermarket atau pasar swalayan, kemasan harus memikat produk-produk yang dipajang di toko. Tetapi kemasan belum berfokus pada desain dan hanya berfungsi untuk memberikan informasi tentang isi dan kandungan dari produk yang dijual. Contoh kemasan tahun 1950-an terdapat pada Gambar 2.3.



**Gambar 2.3 Ilustrasi Kemasan Tahun 1950-an**

(Sumber: flickr.com)

## 2. Kemasan Tahun 1980-an

Persaingan dalam dunia usaha semakin tajam, produsen saling berlomba untuk merebut perhatian calon konsumen. Pada tahun 1980-an bentuk dan model kemasan baru dirasakan sangat penting peranannya dalam strategi pemasaran. Pada masa ini kemasan harus dapat menarik perhatian konsumen agar tertarik untuk membeli produk. Pada saat ini kemasan mengambil alih tugas pelayan pada saat jual beli terjadi. Contoh kemasan tahun 1980-an terdapat pada Gambar 2.4.



**Gambar 2.4 Ilustrasi Kemasan Tahun 1980-an**

(Sumber: id.pinterest.com)

### 3. Zaman Modern

Pada zaman modern sekarang ini, kemasan tidak hanya digunakan sebagai wadah atau media untuk membungkus produk saja, tetapi juga digunakan untuk meningkatkan daya tarik dari pembeli. Tak heran saat ini banyak kemasan yang memiliki warna, bentuk, dan desain yang unik dan menarik. Jika kemasan tidak memiliki keunikan, bisa saja produk yang dijual tidak akan di lirik oleh calon pembeli.

Tidak kalah penting dengan elemen desain seperti bentuk dan warna, keamanan bahan kemasan juga sangat penting, terlebih untuk produk kuliner. Kemasan untuk produk kuliner harus bersertifikat *food grade*, agar produk makanan/minuman tidak terkontaminasi zat berbahaya dari bahan kemasan tersebut. Contoh kemasan zaman modern terdapat pada Gambar 2.5.



**Gambar 2.5 Ilustrasi Kemasan Zaman Modern**

(Sumber: designboom.com)

#### 2.2.2 Fungsi Kemasan

Menurut (Wahyudi & Sutriyono, 2017), kemasan mempunyai beberapa fungsi sebagai berikut:

## **1. Sebagai Perlindungan Produk**

Kemasan berfungsi untuk melindungi produk dari luar maupun dari dalam. Contoh melindungi produk dari luar adalah dari benturan serta jika produk tidak boleh terpapar sinar matahari maka fungsi kemasan adalah melindungi produk tersebut dari paparan sinar matahari.

Selain itu fungsi kemasan juga harus melindungi bagian dalam produk, contohnya menghindari terkontaminasinya debu/partikel kotoran yang masuk dan mengakibatkan kualitas produk buruk. Lewat fungsi ini, tugas kemasan adalah untuk menjaga kualitas produk agar sampai ke tangan konsumen dengan tetap baik.

## **2. Sebagai Fungsi Wadah**

Fungsi kemasan adalah sebagai wadah atau tempat produk yang dijual. Contohnya seperti membeli cabai di pasar jika tidak ada kemasan sebagai fungsi wadah maka akan sulit membawanya. Fungsi kemasan sebagai wadah juga berfungsi untuk memudahkan konsumen membawa produknya, kemudahan untuk konsumen konsumsi, serta mudah untuk disimpan.

## **3. Fungsi Promosi**

Fungsi promosi sangat berkaitan dengan desain pada kemasan. Kemasan harus dapat memikat konsumen melalui visual yang melekat pada produknya. Fungsi kemasan ini juga dapat membedakan dengan produk pesaing, informasi isi, keunggulan, manfaat, cara penggunaan, dan beberapa informasi lainnya yang dibutuhkan konsumen.

### **2.2.3 Tujuan Kemasan**

Menurut (Louw & Kimber, 2007) kemasan dan pelabelan kemasan mempunyai beberapa tujuan, yaitu:

- a) *Physical Protection*: Bertujuan melindungi produk dari suhu, getaran, tekanan, guncangan, dan sebagainya.
- b) *Barrier Protection*: Bertujuan melindungi produk dari oksigen uap air, debu, dan sebagainya.
- c) *Containment or Agglomeration*: Bertujuan untuk mengelompokkan benda-benda kecil dalam satu kemasan untuk efisiensi.
- d) *Information Transmission*: Bertujuan sebagai sumber informasi mengenai cara menggunakan produk, mendaur ulang, atau membuang produk yang sering ditemukan pada label kemasan.
- e) *Reducing Theft*: Bertujuan untuk mencegah pencurian dengan melihat kerusakan pada fisik kemasan.
- f) *Convenience*: Bertujuan untuk menambah kenyamanan dalam distribusi, penanganan, tampilan, penjualan, pembukaan, penutup, penggunaan serta digunakan kembali.
- g) *Marketing*: Bertujuan untuk strategi pemasaran yang dapat menarik perhatian calon pembeli.

#### 2.2.4 Klasifikasi Kemasan

Menurut (Julianti & Nurminah, 2006) kemasan dapat di klasifikasikan berdasarkan beberapa kategori yaitu:

##### 1. Berdasarkan frekuensi pemakaian:

- a) *Disposable*, yaitu kemasan sekali pakai yang langsung dibuang setelah digunakan. Contoh bungkus kopi & mie instan.
- b) *Multitrip*, yaitu kemasan yang dapat dipakai berulang kali. Hal ini berhubungan dengan tingkat kontaminasi, sehingga kebersihannya juga perlu diperhatikan. contoh: botol kecap & sirup
- c) *Semi disposable*, yaitu kemasan yang digunakan untuk kepentingan lain oleh konsumen. Contohnya botol sirup untuk tempat kecap, Gelas selai untuk bumbu daur, dan lain-lain.

## 2. Berdasarkan struktur sistem kemas:

- a) Kemasan Primer: Kemasan menjadi wadah langsung suatu produk. Misalnya produk susu, air mineral, dan lain-lain.
- b) Kemasan Sekunder: Kemasan yang berfungsi untuk melindungi beberapa kemasan primer. Contohnya, kardus untuk menyimpan beberapa botol minuman.
- c) Kemasan Tersier: Kemasan yang digunakan untuk melindungi produk selama proses pengiriman.

### 2.2.5 Elemen Pada Kemasan

Kemasan memuat beberapa elemen, menurut (Sari, 2013) elemen pada kemasan dapat berperan untuk mengkomunikasikan produk yang dijual serta sebagai daya tarik produk. Berikut macam-macam elemen pada kemasan:

#### 1. Logo Sebagai Identitas Merek

Logo sebagai identitas merek berperan sebagai:

- a) Identitas yang membedakan suatu produk dengan produk pesaing.
- b) Ciri khas produk yang tidak dimiliki oleh produk lain.
- c) Tanda jaminan produk untuk mencegah peniruan dan pembajakan.

#### 2. Bentuk Kemasan

Bentuk kemasan berfungsi sebagai alat komunikasi suatu produk. Oleh karena itu bentuk kemasan dapat dijadikan sebagai daya tarik visual. Beberapa aspek yang menjadi pertimbangan dalam menentukan bentuk kemasan antara lain sifat produk, pertimbangan mekanis seperti sistem membuka dan menutup, kondisi penjualan, serta *display* produk. Bentuk kemasan yang sederhana dan teratur memiliki daya tarik lebih dibandingkan dengan bentuk kemasan yang rumit.

### **3. Huruf/Tipografi**

Pemilihan tipografi, penerapan huruf dan kata-kata, dan tata letak sangat mempengaruhi kemudahan membaca konsumen. Tipografi untuk desain kemasan harus memenuhi kriteria dapat dengan mudah dibaca dari jarak tertentu serta mudah di pahami oleh target audien karena berasal dari berbagai latar belakang sosial dan budaya.

### **4. Warna**

Warna merupakan elemen yang paling penting pada desain kemasan. Calon pembeli akan melihat elemen warna kemasan terlebih dahulu sebelum elemen visual lainnya. Warna berperan sebagai daya tarik utama serta dapat membedakan kepribadian merek dengan produk lain yang sejenis. Warna juga dapat mengindikasikan rasa, target jenis kelamin konsumen, target usia konsumen, etnis, budaya, dan harga.

### **5. Ilustrasi**

Ilustrasi dapat membangun citra produk kepada konsumen. Ilustrasi mampu meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melihat gambar sebelum membaca tulisan. Ilustrasi pada kemasan dapat berupa gambar produk, gambar bahan utama produk, maupun ilustrasi simbol sebagai daya tarik.

### **6. Layout / Tata Letak**

Tata letak adalah teknik penempatan semua unsur grafis berupa merek, warna, tipografi, serta ilustrasi menjadi satu kesatuan dan terpadu. (Rustan, 2008) menjabarkan *layout* sebagai tata letak seluruh elemen desain untuk mendukung konsep atau pesan yang ingin disampaikan.

## 2.3 Limbah Kemasan

Menurut (Marliani, 2015) sampah anorganik adalah sampah yang bukan berasal dari makhluk hidup (non-hayati). sampah anorganik memerlukan waktu yang lama untuk dapat terdegradasi secara alami. Material anorganik sering kita temui pada produk kemasan, padahal ada beberapa material anorganik yang sulit terurai sehingga menimbulkan masalah baru seperti pencemaran lingkungan. Berikut adalah beberapa contoh sampah anorganik yang sering digunakan sebagai bahan kemasan produk:

### 1. Sampah Plastik

Sampah anorganik yang paling sering ditemui adalah sampah plastik. Plastik biasanya digunakan sebagai pembungkus suatu produk seperti pada Gambar 2.6. Banyaknya pemanfaatan plastik berdampak pada banyaknya limbah sampah plastik. Padahal untuk terdegradasi secara alami memerlukan waktu yang sangat lama.



**Gambar 2.6 Ilustrasi Kemasan Plastik**

(Sumber: [www.kompas.com](http://www.kompas.com))

### 2. Sampah Logam

Sampah logam yang sering ditemui adalah kaleng, besi, aluminium, timah, dan lain sebagainya seperti pada Gambar 2.7. Sama seperti material plastik, kemasan menggunakan bahan logam pun sulit untuk terurai.



**Gambar 2.7 Ilustrasi Kemasan Kaleng**

(Sumber: [www.suara.com](http://www.suara.com))

### **3. Sampah Gelas atau Kaca**

Contoh kemasan dengan menggunakan material gelas atau kaca yang sering kita temui adalah produk selai, produk minuman beralkohol & produk madu seperti pada Gambar 2.8. Berbeda dengan dua sampah anorganik sebelumnya, sampah dari gelas dan kaca bisa untuk didaur ulang menjadi vas bunga, cinderamata, dan hiasan lainnya.



**Gambar 2.8 Ilustrasi Kemasan Gelas atau Kaca**

(Sumber: [shopee.co.id](http://shopee.co.id))

### **2.4 Kemasan Ramah Lingkungan**

Kemasan ramah lingkungan biasa disebut juga dengan *sustainable packaging*. Dengan maraknya isu pemanasan global serta isu-isu lain yang

berhubungan dengan pencemaran lingkungan, sampah yang sulit terurai dapat diminimalisir dengan penggunaan kemasan ramah lingkungan serta berkelanjutan seperti pada Gambar 2.9.



**Gambar 2.9 Ilustrasi Kemasan Ramah Lingkungan**

(Sumber: id.alibabaneews.com)

Para pebisnis pun harus bisa mendukung pengurangan limbah anorganik dan menjaga lingkungan dengan beralih dari kemasan sulit terurai ke kemasan yang ramah lingkungan yang lebih mudah terurai karena terbuat dari bahan organik. Banyak nilai lebih yang didapatkan penjual maupun masyarakat ketika beralih menggunakan kemasan ramah lingkungan. Kemasan ramah lingkungan saat ini pun sudah memiliki desain yang sangat menarik, sehingga diharapkan bisa menggantikan keberadaan kemasan anorganik.

Berikut adalah beberapa contoh kemasan ramah lingkungan yang sering beredar dipasaran:

### **1. *Cassava Bag***

Plastik ramah lingkungan ini biasa disebut juga dengan plastik singkong. Karena bahan utama plastik ini terbuat dari pati singkong sehingga mudah terurai. *Cassava bag* dapat menjadi alternatif pengganti kantong plastik yang lebih ramah lingkungan. Wujudnya mirip sekali dengan plastik biasa, tetapi teksturnya lebih halus serta lembut seperti contoh pada Gambar 2.10.



**Gambar 2.10 Ilustrasi Cassava Bag**

(Sumber: [www.savabag.com](http://www.savabag.com))

## 2. *Biofoam*

*Biofoam* bisa menjadi alternatif kemasan *styrofoam* yang berbahan dasar organik sehingga lebih mudah mengalami proses penghancuran. *Biofoam* biasanya digunakan sebagai wadah atau kemasan makanan, minuman, buah-buahan, ataupun sayuran seperti pada Gambar 2.11.



**Gambar 2.11 Ilustrasi Kemasan Biofoam**

(Sumber: [jatengpos.co.id](http://jatengpos.co.id))

## 3. *Paper Craft*

Kemasan ini banyak digunakan untuk mengemas makanan ringan seperti pada Gambar 2.12. Kertas kraft pada umumnya berwarna coklat tua dan memiliki tekstur

permukaan yang kasar. Kertas kraft digunakan untuk mengemas bahan yang masa jenisnya lebih besar.



**Gambar 2.12 Ilustrasi Kemasan Paper Craft**  
(Sumber: Dokumen Pribadi)

#### 4. Tas Kanvas

Tas kanvas atau biasa disebut *totebag* biasa digunakan sebagai alternatif dari kemasan kantong plastik. Tas kanvas ini sering digunakan sebagai kantong belanja saat belanja ke *minimarket*, makanan, atau benda lainnya seperti pada Gambar 2.13.



**Gambar 2.13 Ilustrasi Kemasan Tas Kanvas**  
(Sumber: shopee.co.id)

## 5. Paper Bag

Kemasan yang terbuat dari bahan dasar kertas atau biasa disebut *paper bag* ini sering ditemui sebagai alternatif kemasan kantong plastik seperti pada Gambar 2.14. Sudah banyak pebisnis yang beralih ke kemasan kertas untuk mengurangi limbah kemasan plastik.



**Gambar 2.14 Ilustrasi Kemasan Paper Bag**

(Sumber: ikea.co.id)

## 6. Besek Bambu

Besek bambu bisa menjadi kemasan alternatif *Styrofoam*. Selain itu, tampilan besek bambu sangat mencerminkan Indonesia. Jauh sebelum plastik beredar, nenek moyang Indonesia sudah menggunakan besek untuk mengemas berbagai jenis makanan seperti contoh pada Gambar 2.15.



**Gambar 2.15 Ilustrasi Kemasan Besek Bambu**

(Sumber: waste4change.com)

## 7. *Edible Packaging*

*Edible packaging* merupakan salah satu kemasan masa depan yang kini mulai beredar di pasaran seperti pada Gambar 2.16. Akan tetapi tingkat keamanan dari kemasan ini masih diteliti lebih lanjut hingga siap untuk dikembangkan pada skala industri.



**Gambar 2.16** Ilustrasi kemasan *Edible Packaging*

(Sumber: [structuralpackagingblog.com](http://structuralpackagingblog.com))