

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebutuhan pokok dasar bagi manusia adalah makanan. Semua yang berasal dari sumber hayati dan diperuntukkan sebagai makanan atau minuman untuk dikonsumsi oleh manusia disebut sebagai pangan (Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, 2017). Seiring dengan perkembangan jaman, dunia kuliner di Indonesia dari tahun ke tahun semakin berkembang pesat, perkembangan ini didominasi oleh meningkatnya pola konsumsi masyarakat terhadap produk olahan pangan, baik makanan khas yang berasal dari Kota Surabaya, hingga makanan khas dari daerah lain, bahkan makanan khas dari luar negeri sekali pun dapat kita jumpai di Kota Surabaya. Dikutip dari Sindonews.com (2019), sektor usaha dalam bidang kuliner mengalami pertumbuhan sebesar 12,7% pada tahun 2018.

Seiring dengan pertumbuhan perekonomian yang cukup besar pada bidang kuliner maka tak dapat dipungkiri bahwa persaingan dalam dunia kuliner akan semakin ketat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah rumah makan yang tercatat di Kota Surabaya terdapat 1.341 pada tahun 2018. Agar dapat menarik perhatian konsumen untuk mengkonsumsi suatu produk kuliner maka para pemilik usaha kuliner dituntut untuk dapat mengkreasikan produk kuliner yang ditawarkannya menjadi semenarik dan seunik mungkin. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menarik perhatian konsumen adalah memperindah tampilan sajian makanan tersebut, tampilan makanan sendiri memiliki pengaruh yang cukup besar dalam era digital seperti saat ini, karena rata-rata kaum milenial sering mengabadikan momen kesehariannya melalui media sosial termasuk foto makanan yang mereka santap, dan ini merupakan suatu celah bagi para pemilik usaha kuliner untuk menarik perhatian konsumen dan menciptakan suatu persepsi calon konsumen terhadap produk kuliner tersebut, serta dapat menciptakan keinginan atau minat untuk mencoba produk tersebut, dikutip dari Indonesian Chef Association (2019) ada beberapa tips yang dapat digunakan untuk menyajikan sebuah makanan seperti eksperimen bentuk potongan sayuran yang menarik, menggunakan teknik tumpukan untuk menambah ketinggian, dan menggunakan pemilihan warna yang tidak monokrom. Peranan warna juga berdampak pada persepsi dan nafsu makan seseorang, seperti yang dilansir dari Detik Health (2011), persepsi dan harapan mengenai rasa dan bau makanan dapat ditimbulkan oleh perpaduan warna dan makanan,

hal ini diketahui berdasarkan studi mengenai bagaimana warna berpengaruh terhadap persepsi rasa. Timbulnya persepsi atau harapan konsumen mengenai suatu sajian makanan dapat dirasakan ketika seseorang telah melihat tampilan visual sajian makanan tersebut, baik dilihat secara langsung atau berupa gambar. Ketika konsumen telah mempersepsikan suatu sajian makanan maka selanjutnya akan timbul keinginan untuk mencoba dan menikmati sajian makanan tersebut.

Tampilan visual juga dapat mempengaruhi minat beli seseorang terhadap suatu produk, hal ini didasari oleh motivasi dari dalam diri konsumen untuk mengkonsumsi produk tersebut. Terdapat dua faktor motivasi menurut Woolfolk yaitu motivasi ekstrinsik dan motivasi instrinsik. Motivasi yang timbul melalui keinginan untuk mendapat hadiah maupun pujian dan menghindari hukuman merupakan motivasi ekstrinsik, sedangkan motivasi yang muncul melalui minat atau curiositas merupakan motivasi instrinsik (Woolfolk, 1993: 337 dalam Galo, 2015). Tampilan sajian makanan yang menarik seperti adanya perpaduan warna yang selaras, *plating* yang unik, dan mampu menggambarkan citarasa melalui tampilan visualnya dapat menimbulkan persepsi dan pengalaman konsumen terkait kenikmatan sajian tersebut dan memicu minat konsumen untuk mengkonsumsi sajian makanan tersebut. Hal ini sejalan dengan pemikiran yang diungkapkan oleh William Wongso selaku pakar kuliner dan aktivis makanan Indonesia, ia mengungkapkan bahwa Seni “*Food Plating*” yaitu penataan dan penyajian makanan di atas piring atau media lain dapat menunjukkan nilai seni dan citarasa (Febriani, 2017).

Untuk menghadirkan tampilan sajian yang menarik tentunya juga didukung oleh wadah yang digunakan sebagai tempat peletakan sajian makanan atau yang biasa disebut dengan *plating*, untuk sajian yang dikonsumsi di tempat biasanya menggunakan wadah berupa piring ataupun mangkuk yang memiliki berbagai macam bentuk dan ukuran, yang mana pemilihan wadah ini disesuaikan dengan konsep sajian makanan yang dihadirkan. Lain halnya ketika sajian makanan tersebut hendak disantap di luar atau dibawa pulang tentu memerlukan cara *plating* yang berbeda dan membutuhkan kemasan yang sesuai, karena cara pengemasan untuk makanan berkuah dan tidak berkuah membutuhkan kemasan yang berbeda. Hal ini ditunjukkan agar produk makanan tersebut terlindungi dengan baik dan memiliki umur simpan yang cukup panjang. Dalam era modern seperti saat ini kemasan juga berperan sebagai media promosi untuk menarik perhatian konsumen serta mengembangkan imajinasi dan persepsi konsumen untuk menggambarkan produk yang terdapat dibalik kemasan tersebut sehingga tercipta minat untuk mengkonsumsi produk tersebut. Hal

ini didukung oleh Amri yang mengungkapkan bahwa kemasan merupakan suatu bidang dalam desain komunikasi visual yang salah satu fungsinya memiliki fungsi pemasaran yang disampaikan kedalam bahasa visual (Amri, 2016 : 165, dalam Apriyanti 2018).

Kemasan produk kuliner yang kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari biasanya masih menggunakan campuran berbahan baku plastik, karena kepraktisan dalam penggunaannya, biaya yang murah dan memiliki penampilan yang menarik. Namun seperti yang kita ketahui bersama bahwa tumpukan sampah plastik sudah terlalu banyak dan apabila terus digunakan maka dapat merusak ekosistem bumi, karena plastik memiliki waktu yang cukup lama untuk dapat diurai bumi, dari permasalahan sampah plastik tersebut maka banyak dari organisasi dunia, termasuk pemerintah Indonesia mulai mengkapanyekan larangan penggunaan kemasan plastik sekali pakai baik dengan cara menyediakan alternatif lain seperti kemasan non plastik, bahkan menerapkan aturan yang melarang penggunaan plastik sekali pakai di suatu wilayah. DKI Jakarta secara resmi melarang penggunaan plastik sekali pakai pada Rabu 1 Juli 2020 (Catriana, 2020), dengan maraknya aksi bebas plastik ini para pemilik usaha kuliner menyasiasi dengan menggunakan kemasan dengan bahan baku kertas seperti box dan *paper cup* yang diberikan hiasan berupa gambar dibagian luar kemasan guna mempercantik penampilan hidangan, tak jarang pula ada beberapa industri kuliner yang menggunakan kemasan berupa kontainer atau wadah plastik tebal yang tahan panas bahkan dapat dimasukkan langsung ke dalam *microwave* dan wadah ini dapat dicuci serta digunakan kembali. Dengan adanya kemasan tersebut tentu akan menambah biaya produksi bagi perusahaan, biasanya para pengusaha kuliner menyasiatinya dengan menaikkan kelas dari sajian produk tersebut menjadi lebih premium dengan kemasan yang lebih mewah serta dapat digunakan sebagai media promosi sekaligus, dengan memberikan desain *brand* produk dibagian luar kemasan sehingga produk yang dijual terkesan lebih eksklusif. Kemasan yang menarik dan dapat mencitrakan dengan baik produk yang terdapat didalamnya dapat menimbulkan keputusan implusif, yang mana kemasan yang lebih menarik dibandingkan kemasan produk kompetitor dapat memicu timbulnya minat beli konsumen. Minat beli merupakan suatu tahapan yang dilakukan sebelum melakukan pembelian suatu produk oleh konsumen, salah satu tahapan yang dilakuakan yaitu *Attention, Interest, Desire, Action, Satisfaction* (Kotler, 2003:568 dalam Mufreni, 2016). Morinez dkk., menyampaikan bahwa minat beli merupakan kondisi tertentu dimana konsumen cenderung membeli produk tertentu (Morinez dkk., 2007 dalam Mufreni, 2016).

Berdasarkan fenomena tampilan sajian makanan dan kemasan, peneliti tertarik untuk dapat mengetahui apakah kedua hal tersebut berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Obyek yang diteliti oleh peneliti mengarah kepada minat pembelian produk kuliner The Historica. Bisnis kuliner tersebut menyediakan sajian masakan dengan hidangan dasar nasi goreng yang dipadukan dengan *topping* daging ternak yang disiram dengan berbagai pilihan saus yang disajikan dengan menggunakan kemasan *paper cup*. Alasan peneliti memilih obyek penelitian ini adalah rasa keingintahuan seberapa jauh pengaruh kemasan dan tampilan sajian makanan terhadap minat beli konsumen The Historica.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah kemasan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada The Historica?
2. Apakah tampilan sajian makanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada The Historica?

1.3. Ruang Lingkup

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan dari penelitian ini, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada pandangan konsumen terhadap minat dan keputusan pembelian produk The Historica dengan pertimbangan kemasan dan tampilan sajian makanan.

1.4. Tujuan dan Manfaat

Tujuan:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemasan produk terhadap minat beli The Historica.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tampilan sajian makanan terhadap minat beli The Historica.

Manfaat:

1. Manfaat Akademis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti-peneliti dimasa yang akan datang dalam konteks permasalahan yang berkaitan dengan kemasan dan tampilan produk kuliner.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para wirausahawan atau calon wirausahawan terkait dengan kemasan dan tampilan produk terutama produk kuliner.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Bab ini menguraikan tentang landasan teori, penelitian yang telah dilakukan sebelumnya atau penelitian terdahulu, hubungan antar variabel, kerangka atau model konseptual, dan pengembangan hipotesis.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan mengenai desain penelitian, obyek penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, dan statistik deskriptif.

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjabarkan mengenai sampel penelitian, karakteristik responden, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan dari penelitian ini.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran serta keterbatasan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisikan mengenai segala bentuk informasi yang diperoleh melalui buku, artikel, dan jurnal yang digunakan sebagai rujukan dalam penelitian ini.