

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis adalah kegiatan yang sangat melekat didalam kehidupan sehari-hari. Menurut Griffin dan Ebbert (2007) pengertian luas dari bisnis adalah semua aktivitas dan intuisi memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan pengertian sempit dari bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan mendapatkan keuntungan. Salah satu cara berbisnis yaitu mendirikan suatu usaha. Dan salah satu jenis usaha yang banyak didirikan yaitu perusahaan keluarga. Menurut Longenecker, Moore, dan Petty (2010) perusahaan keluarga adalah sebuah perusahaan yang anggota keluarganya secara langsung terlibat didalam kepemilikan atau jabatan atau fungsi. Bisnis keluarga memainkan peran kunci dan menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi suatu negara. Di Malaysia, bisnis keluarga menyumbang lebih dari setengah dari Produk Domestik Bruto (PDB) (Ngui, 2002). Studi yang terkait dengan bisnis keluarga menunjukkan bahwa lebih dari 90% dari bisnis yang ada ada di negara-negara demokrasi adalah bisnis keluarga (McCann etal, 2001). Menurut Classens et al (dalam Nor, Ganefri, & Sidek, 2013 par. 2) Studipada bisnis keluarga di Malaysia menunjukkan 70% yang dimiliki adalah dikendalikan oleh keluarga dan diwariskan dari keturunan mereka sendiri. Di Indonesia dari hasil survei yang dilakukan oleh *The Jakarta Consulting Group* menyatakan bahwa sekitar 80% perusahaan besar di Indonesia merupakan milik keluarga atau berasal dari perusahaan keluarga. Catatan dari Badan PusatStatistik (BPS) diketahui bahwa perusahaan keluarga di Indonesia termasuk perusahaan swasta yang memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yang mencapai 82,44% (Tantangan Perusahaan Keluarga di Era Bisnis Modern, 2012 par. 3).

Dari hasil data tersebut bisa disimpulkan bahwa salah satu penggerak roda perekonomian utama di Indonesia yaitu perusahaan keluarga. Strategi adalah suatu seni dan ilmu merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi keputusan

lintas fungsional sehingga memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya (David, 2011). Strategi yang digunakan akan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan di tiap generasinya karena perubahan waktu menuntut terjadinya permintaan pasar yang bermacam-macam. Maka dari itu perusahaan membutuhkan manajemen strategi yang tepat agar perusahaan dapat bertahan lama dan juga dapat bersaing terhadap kompetitor dengan memanfaatkan kelebihan dan meminimalisasi kekurangan yang dimiliki.

Perkembangan teknologi berkembang sangat pesat dari tahun ke tahun. Setiap hari kehidupan selalu berdampingan dengan teknologi seperti media sosial yang selalu digunakan setiap hari untuk berinteraksi dengan orang lain di dunia maya. Dalam istilah perkembangan teknologi terdapat istilah Revolusi Industri dimana sekarang berada pada jaman revolusi industri 4.0. Revolusi Industri 4.0 adalah pola mengubah cara hidup, bekerja, berhubungan satu sama lain pada berbagai bidang. Revolusi industri 4.0 bertopang pada Revolusi Industri ketiga, dengan ciri transformasi yang berbeda dari revolusi sebelumnya.

Teknologi Informasi di era revolusi industri 4.0 saat ini sedang berkembang dengan pesat. Dengan pesatnya perkembangan informasi ini, dituntut untuk mengenal, memahami dan menguasai hal tersebut. Pesatnya perkembangan teknologi informasi juga memudahkan dalam melakukan pekerjaan sehari-hari dan dapat mengakses informasi dengan mudah, cepat, efisien dan lebih akurat. Selain itu perkembangan teknologi informasi juga dapat membuka banyak lapangan kerja baru. Dengan melesatnya perkembangan teknologi informasi di era revolusi industri 4.0, melesat pula perkembangan di dunia kuliner. Dengan begitu mau tidak mau harus melakukan perubahan salah satunya adalah desain kemasan produk.

Kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau wadah tetapi harus dapat menjual produk yang dikemasnya. Jika suatu perusahaan memiliki sebuah kemasan desain *brilliant* tentu menarik konsumen untuk membeli produknya. Menurut Hermawan Kartajaya, mengungkapkan dalam bukunya yaitu Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global mengatakan bahwa teknologi

telah membuat *packaging* berubah fungsi, dulu orang bilang “*packaging protects what it sells*” atau yang berarti kemasan melindungi apa yang dijual. Namun pada kenyataannya rupanya saat ini beralih menjadi “*packaging sells what it protects*” atau bila diterjemahkan “kemasan menjual apa yang dilindungi”.

Untuk menghasilkan kemasan yang terlihat unik pada produk tersebut. Dibantu dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, segala hal yang dapat memikat secara visual pun menjadi lebih mudah untuk menarik sorotan dari orang-orang. Pasalnya, di era internet seperti sekarang ini, orang-orang pada umumnya seringkali membagikan segala sesuatu yang memiliki daya tarik dari segi visual. Maka dari itu, berbagai produsen pun berlomba-lomba untuk memacu kreativitas agar mereka dapat mengemas produk yang memiliki daya tarik bagi para konsumen. Di tengah zaman yang persaingannya semakin ketat, tentunya peningkatan daya tarik kepada suatu produk harus menjadi sesuatu yang dikembangkan secara terus-menerus.

Gaya hidup masyarakat Indonesia yang konsumtif dan bervariasi membuka peluang bisnis pada segala jenis usaha, salah satunya usaha di bidang kuliner. Lingkungan yang selalu berubah, pada saat ini berdampak pada perkembangan bisnis yang semakin cepat dan pesat sehingga usaha berkembang secara variatif. Salah satunya adalah usaha katering atau jasa boga. Katering atau jasa boga adalah usaha yang paling populer di bidang boga. Usaha ini dapat memberikan kemudahan pada setiap konsumen karena usaha katering dapat memberikan pelayanan apa saja sesuai permintaan konsumen yang tentunya berkaitan dengan sajian makanan. Permintaan dari pelanggan yang semakin banyak mendorong kinerja karyawan usaha katering harus lebih maksimal dalam memberikan layanan. Hal ini yang mendorong perusahaan menerapkan *Standard Operating Procedure (SOP)*. *Standard Operating Procedure (SOP)* adalah satu set instruksi tertulis yang digunakan untuk kegiatan rutin atau aktivitas yang berulang kali dilakukan (Hartatik, 2014). Sistem ini berfungsi sebagai acuan dan dapat memperlancar arus bisnis antara pegawai/karyawan, unit kerja, dan pihak yang terkait dalam suatu usaha sebagai dasar hukum apabila terjadi penyimpangan.

Pencemaran tanah adalah penghancuran atau kontaminasi tanah melalui tindakan langsung dan tidak langsung manusia yang menyebabkan perubahan sementara maupun permanen pada tanah. Pencemaran tanah semakin meningkat dari tahun ke tahun. Pencemaran tanah disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya yaitu dari sampah-sampah plastik yang susah hancur. Dampak dari pencemaran tanah yaitu berpengaruh pada pertanian, seperti peningkatan salinitas tanah dan penurunan kesuburan tanah bencana alam seperti tanah longsor dan erosi hingga penyumbatan saluran air.

Eco-green adalah sebuah konsep yang mengedepankan untuk lebih peduli terhadap lingkungan atau bisa disebut sebuah konsep yang ramah terhadap lingkungan atau bisa disebut sebuah konsep yang ramah terhadap lingkungan. Pada konsep ini mengajak kita untuk *back to nature*.

Saya memiliki ide bisnis baru dalam bidang kuliner khususnya makanan dalam bentuk *ricebox* yang akan berinovasi menggunakan konsep *eco-green*. Usaha yang saya pilih adalah bisnis bidang kuliner karena saya memiliki keahlian memasak dan juga menyukai bidang kuliner. Pembeda dari *ricebox* saya yaitu menu makanan dan juga *packaging* yang menarik. Konsep menu makanan ini yaitu pada makanan Korea dan Jepang yang belakangan ini diminati oleh masyarakat. Menu yang saya pilih yaitu terdapat beberapa macam seperti *crispy chicken teriyaki*, *korean honey chicken*, *orange chicken*, dan *curry chicken*. Pada setiap menu akan memiliki pelengkap yang berbeda beda disesuaikan dengan setiap menu. Untuk menu *orange chicken* saya beri parutan kulit jeruk nipis dan irisan lemon di atasnya agar lebih *fresh*. Daun *parsley* sebagai pelengkap di atas menu *korean honey chicken*, untuk menu *curry chicken* saya akan menambahkan wortel dan juga kentang sebagai pelengkap, dan *crispy chicken teriyaki* cukup ditambahkan biji wijen dan irisan daun bawang di atasnya. Untuk menu *crispy chicken teriyaki* akan diberi tambahan mayones di atasnya. Merek yang saya pilih yaitu CrackedBox.

Packaging yang ingin saya pakai yaitu *kraft paper*. *Kraft paper* merupakan salah satu bahan *packaging* yang dihasilkan dari kertas *pulp* yang

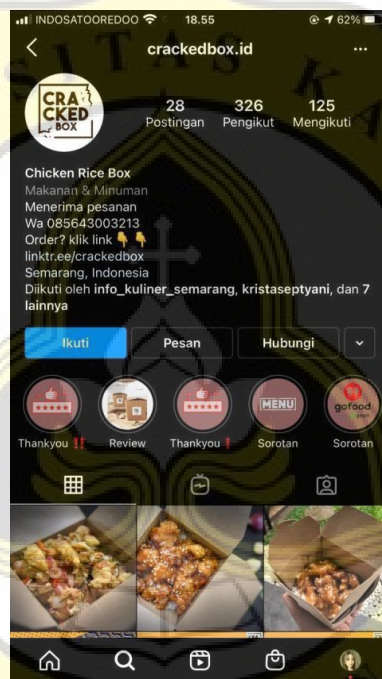
diproduksi dalam proses *kraft* tanpa menggunakan pemutih sehingga berwarna coklat. Kemasan yang akan saya pakai merupakan produk cinta lingkungan terbuat dari material yang ramah lingkungan. Dapat didaur ulang dan dapat hancur dengan sendirinya serta menggunakan *waterbased printing* yang aman bagi lingkungan. Selain itu *packaging* ini telah bersertifikat *Forest Stewardship Council* (FSC), *Timber Legality Verification* (SVLK), ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, OHSAS 18001. Kemasan ini saat di proses, di olah tanpa menggunakan campuran kimia lain membuat *packaging* ini menjadi bahan yang *food grade* atau aman digunakan sebagai kemasan makanan. Plastik yang digunakan sebagai laminasi juga sudah tersertifikasi *food grade*. Untuk sendoknya yang akan saya pakai yaitu *spork* gabungan dari sendok dan garpu yang terbuat dari kayu, sehingga ramah lingkungan dan dapat dipakai kembali, serta mudah terurai. Untuk pembungkusnya saya ingin menggunakan kantong singkong yang ramah lingkungan sebagai pengganti plastik. Keterkaitan *merk* dengan *packaging* yaitu saya ingin membuat *design* yang unik pada kemasan yaitu dengan *design crack*.

Usaha ini sudah berjalan beberapa bulan di kota Semarang. CrackedBox memiliki target pasar yaitu anak muda yang menyukai masakan *modern* dengan berbagai varian rasa, selain itu juga menargetkan kepada orang pekerja kantoran yang tidak sempat memasak sehingga CrackedBox sangat cocok untuk makan siang pada jam istirahat kantor. Untuk prospek kedepannya pada *offline store* ingin membuka tempat makan di lokasi yang strategis dekat kantor. Penjualannya dilakukan melalui sosial media seperti *Instagram*, *Whatsapp*, *Gofood* dan juga *Grabfood*. Berikut merupakan akun sosial media dan penjualan bisnis CrackedBox.

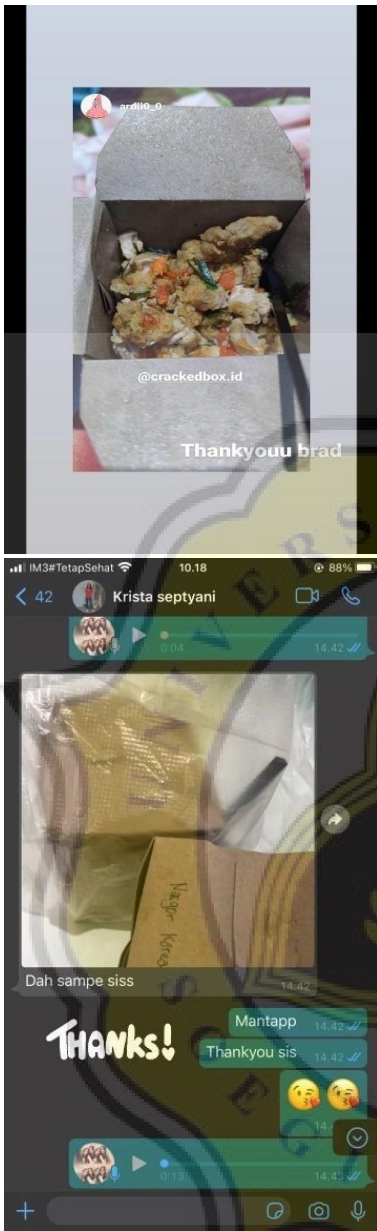
Maka, proses inovasi *packaging* pada CrackedBox akan dikembangkan lebih lagi agar dapat menghasilkan berbagai macam ide *packaging* yang benar-benar diminati oleh konsumen, serta dapat melihat peluang dan reaksi pasar yaitu dengan meneliti lima tahap dalam proses inovasi menurut (Luecke,2003:xii) , yaitu

idea generation, opportunity recognition, idea evaluation, development, dan commercialization.

Melihat masih terbatasnya inovasi pada *packaging* CrackedBox dan pentingnya inovasi dalam sebuah usaha, maka CrackedBox akan diteliti lebih lagi bagaimana usaha tersebut melakukan proses inovasi, sehingga penelitian ini berjudul “Proses Inovasi *Packaging* CrackedBox di Kota Semarang”



Gambar 1.1 Akun Instagram CrackedBox
Sumber: Data Sekunder tahun 2021





Gambar 1.2 Penjualan di CrackedBox
 Sumber: Data sekunder tahun 2021

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah bagaimana proses inovasi *packaging* pada CrackedBox di kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, ada tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui proses inovasi *packaging* pada

CrackedBox di kota Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi CrackedBox, sebagai sumbangan pemikiran dalam memilih dan mengembangkan produk yang inovatif sehingga dapat menjadi sebuah usaha yang kompetitif.
2. Bagi kalangan akademisi, menambah wawasan / ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi mengenai inovasi produk yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

