

Persepsi Konsumen Usaha Bakeri Terhadap Kemasan Plastik dan *Green Packaging* Berbahan Dasar Kertas

Bakery's Consumer Perceptions on Plastic Packaging and Paper-Based Green Packaging

Wily Andani*¹, Yosini Deliana², Lucyana Trimo²

¹Magister Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran

²Departemen Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran

*Email: andaniwily@gmail.com

(Diterima 08-09-2023; Disetujui 18-11-2023)

ABSTRAK

Green packaging dapat menjadi solusi dari permasalahan pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh timbulan sampah plastik akibat dari kemasan usaha bakeri. Salah satunya adalah kemasan yang berbahan dasar kertas yang dinilai lebih mudah didaur ulang sehingga otomatis juga lebih ramah lingkungan. Namun, usaha bakeri masih belum banyak menggunakan *green packaging* yang mengindikasikan rendahnya minat terhadap penggunaan *green packaging*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi konsumen usaha bakeri terhadap kemasan plastik dan kemasan kertas. Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Indramayu pada Februari – Mei 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai kemasan yang berbahan dasar kertas daripada kemasan plastik, yaitu sebanyak 83,00% untuk produk roti dan 68,00% untuk produk kue bolu. Konsumen yang menyukai kemasan plastik memiliki persepsi bahwa kemasan plastik untuk produk roti merupakan kemasan yang praktis, menarik, murah, dan melindungi produk lebih baik. Bagi produk kue bolu, konsumen menganggap kemasan plastik merupakan kemasan yang menarik, praktis, dan melindungi produk lebih baik. Sedangkan bagi konsumen yang lebih menyukai kemasan berbahan dasar kertas menganggap bahwa kemasan kertas sebagai pengemas produk roti dapat mengurangi sampah plastik, praktis, menarik, melindungi produk lebih baik, lebih higienis dan sehat, dan unik. Bagi produk kue bolu, konsumen menganggap kemasan kertas merupakan kemasan yang menarik, melindungi produk lebih baik, mengurangi sampah plastik, dan praktis. Banyaknya persepsi positif terhadap kemasan kertas dibandingkan kemasan plastik mengindikasikan bahwa konsumen sudah mulai beralih ke kebiasaan yang ramah lingkungan.

Kata kunci: Persepsi Konsumen, Usaha Bakeri, *Green Packaging*, Plastik

ABSTRACT

Green packaging can be a solution to environmental pollution problems caused by plastic waste generation as a result of bakery business packaging. One of them is paper-based packaging which is considered easier to recycle so that it is also automatically more environmentally friendly. However, bakery businesses still don't use *green packaging* a lot, which indicates low interest in using *green packaging*. This study aims to describe consumer perceptions of bakery businesses on plastic packaging and paper packaging. The research was conducted in Indramayu Regency from February to May 2023. The results showed that consumers preferred paper-based packaging to plastic packaging, namely 83.00% for bakery products and 68.00% for sponge cake products. Consumers who like plastic packaging have the perception that plastic packaging for bakery products is practical, attractive, inexpensive, and protects the product better. For sponge cake products, consumers consider plastic packaging to be attractive, practical and protect the product better. Meanwhile, consumers who prefer paper-based packaging think that paper packaging as a packaging for bakery products can reduce plastic waste, is practical, attractive, protects products better, is more hygienic and healthy, and is unique. For sponge cake products, consumers consider paper packaging to be attractive, protect the product better, reduce plastic waste, and be practical. The large number of positive perceptions of paper packaging compared to plastic packaging indicates that consumers have started to switch to environmentally friendly habits.

Keywords: Consumer Perceptions, Bakeries, *Green Packaging*, Plastics

PENDAHULUAN

Kemasan merupakan hal yang penting sebagai upaya mengawetkan, melindungi, dan memasarkan produk selama penyimpanan, pengangkutan, dan penggunaan produk olahan hasil pertanian. Tetapi industri makanan merupakan industri yang paling banyak menyebabkan pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh kemasan (Nursyaerah, 2016).

Kemasan bekas dari produk yang telah dikonsumsi pada akhirnya akan berubah menjadi sampah plastik yang akan berdampak signifikan terhadap lingkungan. Dampak lingkungan yang disebabkan oleh timbulan sampah menimbulkan kekhawatiran serius (Isa & Yao, 2013). Akibat dari masalah lingkungan yang teridentifikasi saat ini, pembangunan berkelanjutan telah menjadi salah satu subjek yang paling penting dari diskusi akademis dan bisnis (Zhang et al., 2020).

Isu kerusakan lingkungan menumbuhkan kesadaran masyarakat dunia akan pentingnya menjaga pelestarian lingkungan. Kesadaran tersebut juga disebabkan adanya kekhawatiran akan terjadinya bencana lingkungan yang mengancam kelangsungan hidup manusia dan generasi berikutnya. Fenomena tersebut telah memengaruhi perilaku masyarakat menjadi orang-orang yang peduli lingkungan (Rahayu, 2017). Salah satu yang penting dalam menjalankan perilaku ramah lingkungan adalah dengan memperhatikan kemasan yang harus ramah lingkungan (Priambudi & Deliana, 2021).

Jika melihat dari permasalahan lingkungan yang terjadi akibat penggunaan kemasan plastik pada makanan, maka penting untuk mempertimbangkan untuk melakukan perbaikan penggunaan kemasan menjadi ramah lingkungan pada usaha-usaha makanan, seperti usaha pada bidang usaha pengolahan hasil pertanian (Deliana et al., 2020).

Salah satu usaha produk olahan yaitu bakeri. Bakeri merupakan bagian dari industri makanan jadi yang memanfaatkan tepung terigu yang berasal dari biji gandum (*Triticum aestivum L.*) sebagai bahan baku utama dalam proses produksinya (Perdana, 2019). Widyawati (2015) menyatakan bahwa produk-produk bakeri merupakan salah satu eksplorasi jenis-jenis makanan berbasis olahan berbahan dasar biji gandum utuh giling halus.

Sebagian besar industri pangan banyak sekali memilih produk bakeri sebagai salah satu peluang dalam menjalankan bisnis makanan. Pola makan masyarakat yang tinggi terhadap roti serta banyaknya industri pangan yang memproduksi roti tentu akan berpengaruh terhadap penggunaan gandum sebagai bahan dasar utama dalam pembuatan produk bakeri (Eightiani Devi, 2021).

Konsumsi produk roti mencapai kenaikan persentase hampir 100% setiap tahunnya, disusul oleh produk roti lainnya seperti kue kering, macam-macam roti, dan kue bolu. Jika merujuk pada data ini tentu saja bisnis bakeri mempunyai pasar potensial yang sangat menarik bagi masyarakat maupun perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk bakeri terus meningkat (Rahma & Airlangga, 2020). Permintaan yang terus meningkat dapat menjadi salah satu pendorong perkembangan industri bakeri (Rahmawati et al., 2022).

Menurut Lestari (2021), produksi produk bakeri menghasilkan limbah berupa plastik sisa pengemasan bahan baku dan plastik kemasan yang rusak. Plastik pengemasan yang rusak dibuang langsung ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) tanpa dilakukan pengolahan. Permintaan terhadap produk bakeri yang meningkat akan membuat limbah berupa plastik semakin meningkat pula.

Ada dua jenis plastik yang biasa digunakan oleh usaha bakeri. Jenis plastik pertama adalah plastik *Oriented Polypropylene* (OPP), plastik OPP ini digunakan untuk membungkus produk yang dihasilkan. Plastik dengan jenis OPP ini merupakan plastik yang aman digunakan sebagai pembungkus produk makanan atau yang sering dikenal sebagai plastik *food grade*. Jenis plastik kedua yang biasa digunakan adalah *High Density Polyethylene* (HD), plastik HD ini digunakan sebagai kantong plastik belanjaan. Kedua jenis plastik ini merupakan plastik yang tidak ramah lingkungan, dimana butuh waktu ratusan tahun untuk dapat terurai. Rata-rata penggunaan plastik pada satu usaha bakeri mencapai ± 250 kg per bulan (Djohan, 2017).

Kabupaten Indramayu merupakan salah satu Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri di Provinsi Jawa Barat berdasarkan RIPIN 2015-2035 yang memiliki potensi Usaha Kecil Menengah (UKM) yang dapat menggeliat tumbuh dan berkembang pesat, termasuk di dalamnya usaha makanan olahan (Kholis, 2010). Produk bakeri merupakan produk yang memiliki konsumsi yang stabil dan mengalami peningkatan konsumsi selama dua tahun terakhir, pertumbuhan usaha tersebut terpusat di Kecamatan Indramayu dan sekitarnya. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Yudianto & Anik (2021) dan (Haya, 2022) yang menyatakan bahwa usaha bakeri di Indramayu memiliki minat dan permintaan konsumen yang terus berkembang.

Usaha bakeri di Indramayu sebagian besar masih menggunakan plastik sebagai kemasan dari produk yang diusahakannya. Menurut penelitian Djohan (2017) plastik sebanyak 250 kg dibutuhkan untuk membuat 30.000 potong produk bakeri. Artinya satu potong produk bakeri yang dikonsumsi akan menghasilkan 0,0083 kg plastik yang dibuang ke lingkungan. Dengan jumlah penduduk Kabupaten Indramayu sebanyak 1.834.434 jiwa di tahun 2021 (Badan Pusat Statistik, 2023), maka timbulan sampah akibat dari kemasan plastik produk bakeri diperkirakan mencapai $\pm 2,27$ ton per tahun.

Peningkatan populasi manusia dan permintaan yang konsisten terhadap plastik menjadikan jumlah plastik di bumi terus menerus meningkat. Meskipun plastik pada awalnya dianggap tidak berbahaya, namun bertahun-tahun pembuangan plastik ke lingkungan telah menyebabkan beragam masalah sehingga sampah plastik telah menjadi ancaman lingkungan (Okunola A et al., 2019). Penggunaan *green packaging* dapat menjadi solusi dari permasalahan pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh sampah plastik akibat dari kemasan (Wandosell et al., 2021).

Selain plastik, kertas merupakan bahan kemasan lain yang juga sering digunakan pada usaha bakeri. Menurut Nurrochmad Ismail et al., (2023), saat ini kemasan yang berbahan dasar kertas dinilai lebih mudah didaur ulang sehingga otomatis juga lebih ramah lingkungan. Industri yang memproduksi kemasan kertas juga bergerak semakin mengikuti tren dengan kemampuan penggunaan bahan daur ulang. Hal ini memungkinkan pada banyak produk termasuk produk bakeri untuk menggunakan kemasan kertas atau karton pada produknya.

Berdasarkan perspektif konsumen, menurut hasil penelitian oleh Santoso & Fitriani (2016), *green packaging* belum terdapat bukti yang memadai dalam memengaruhi minat beli. Hal ini selaras dengan hasil penelitian Deliana et al., (2020) yang menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih memilih menggunakan kantong plastik daripada *green packaging*. Dengan demikian, kesadaran masyarakat akan pentingnya lingkungan yang bersih masih rendah. Perilaku ini akan berubah ketika ada kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan.

Menurut Deliana et al., (2020), konsumen saat ini lebih memilih kemasan plastik daripada *green packaging*. Hal-hal yang telah diuraikan tersebut mengindikasikan kurangnya minat konsumen maupun produsen dalam penggunaan *green packaging*. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan dikaji persepsi konsumen terhadap kemasan plastik dan *green packaging* berbahan dasar kertas sehingga informasi tersebut dapat menjadi acuan agar konsumen bakeri di Kabupaten Indramayu dapat meningkatkan minat dalam menggunakan *green packaging*.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Indramayu. Pemilihan lokasi tersebut dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Indramayu merupakan salah satu Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri di Provinsi Jawa Barat berdasarkan RIPIN 2015-2035. Kecamatan Indramayu karena perkembangan usaha bakeri terdapat di Kecamatan Indramayu merupakan pusat pertumbuhan usaha bakeri. Objek penelitian adalah minat konsumen usaha bakeri terhadap *green packaging*. Usaha bakeri yang diteliti adalah usaha bakeri yang berskala UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).

Desain penelitian ini dilakukan melalui pendekatan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif memiliki arti sebagai sebuah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, di mana metode ini digunakan untuk meneliti suatu populasi atau suatu sampel, instrumen penelitian digunakan untuk dapat melakukan pengumpulan data analisis yang dilakukan bersifat kuantitatif dengan tujuan mengestimasi hipotesis yang ditentukan (Sugiyono, 2019). Responden yang berasal dari konsumen dalam penelitian ini yaitu 100 orang konsumen, yang diambil melalui teknik *probability sampling* yang digunakan bila keterwakilan sampel adalah penting untuk maksud generalisasi yang lebih luas. Analisis yang digunakan menggunakan statistik deskriptif untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang dikumpulkan sebagaimana data tersebut didapatkan dan tidak bertujuan untuk menarik kesimpulan yang akan diberlakukan untuk umum (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik merupakan faktor dalam diri seseorang yang memiliki peran dalam mengambil keputusan. Karakteristik individu menggambarkan ciri atau sifat yang dimiliki individu yang diperlihatkan melalui pola pikir, pola sikap, serta pola tindakan pada suatu lingkungan (Mandang et

al., 2020). Karakteristik dapat menggambarkan kedewasaan serta kemampuan mengelola kegiatan usaha oleh produsen usaha bakeri. Karakteristik juga dapat menunjukkan bagaimana kinerja serta tanggung jawab produsen dan konsumen usaha bakeri dalam menjalankan usahanya (Burano & Siska, 2019). Karakteristik konsumen disajikan pada table 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	41	41.0%
	Perempuan	59	59.0%
Usia	15 sampai 24 Tahun	9	9.0%
	25 sampai 34 Tahun	43	43.0%
	35 sampai 44 Tahun	27	27.0%
	45 sampai 54 Tahun	20	20.0%
	55 sampai 64 Tahun	1	1.0%
Pendidikan	SD dan Sederajat	5	5.0%
	SMP dan Sederajat	43	43.0%
	SMA dan Sederajat	39	39.0%
	Perguruan Tinggi	13	13.0%
Pekerjaan	Memiliki usaha sendiri	32	32.0%
	Pekerja Bebas	17	17.0%
	Karyawan	18	18.0%
	PNS	11	11.0%
	Pelajar	6	6.0%
	Tidak Bekerja	16	16.0%
Pendapatan	Rp 1.800.000	29	29.0%
	Rp 1.800.001 sampai dengan Rp 3.000.000	30	30.0%
	Rp 3.000.001 sampai dengan Rp 4.800.000	23	23.0%
	Rp 4.800.001 sampai dengan Rp 7.200.000	12	12.0%
	Lebih dari Rp 7.200.000	6	6.0%
	Frekuensi Pembelian	Setiap hari	8
	2-3 hari sekali	15	15.0%
	Seminggu sekali	33	33.0%
	2-3 kali sebulan	20	20.0%
	Sebulan sekali	8	8.0%
	Beberapa bulan sekali	16	16.0%
Valid		100	100.0%

Berdasarkan Tabel 1, konsumen sebagian besar berada pada kelompok usia 25-34 tahun. Artinya kelompok usia sebagian besar usaha bakeri ada pada kelompok usia dewasa dan merupakan pekerja awal berdasarkan kriteria Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.

Menurut Venkatesh *et al.*, (2003), keputusan penggunaan inovasi bagi seseorang yang lebih muda lebih dipengaruhi oleh penggunaan teknologi. Sebaliknya, seseorang yang lebih tua lebih dipengaruhi oleh norma subjektif dan kontrol perilaku. Hal yang sama dinyatakan oleh (Endang, 2010) yang menyatakan bahwa usia merupakan faktor intrinsik yang dapat memengaruhi penggunaan inovasi baru. Perbedaan usia berkaitan dengan kesulitan memproses stimuli kompleks dan mengalokasikan perhatian kepada informasi tentang inovasi baru yang ada.

Konsumen memiliki mayoritas pendidikan terakhir Sekolah Menengah Pertama (SMP). Berdasarkan pernyataan Julina (2016) bahwa pendidikan mempunyai dampak yang signifikan terhadap kesadaran lingkungan, gaya hidup sehari-hari, dan perilaku pelajar. Beberapa institusi pendidikan yang lebih tinggi telah mengakui pentingnya mengintegrasikan isu-isu *sustainability* ke dalam pendidikan untuk membuat dampaknya menjadi fokus dan eksplisit. Zsóka *et al.*, (2013) menemukan adanya korelasi yang kuat antara intensitas pendidikan dan pengetahuan lingkungan.

Pendapatan berkaitan dengan pekerjaan yang dijalani seseorang dan pekerjaan seseorang akan memengaruhi pola konsumsinya karena Besarnya pendapatan dapat menggambarkan besarnya daya beli seorang konsumen. Pendapatan konsumen mayoritas dari Rp 1.800.000 hingga 3.000.000.

Frekuensi pembelian adalah berapa kali rata-rata pelanggan membeli barang atau jasa dari suatu penjual pada periode tertentu. Ketika konsumen membeli suatu produk dan merasa puas dengan hasil produk tersebut, maka konsumen akan menjadi pelanggan tetap membeli kembali produk tersebut. Menurut penelitian Kenesei & Todd (2003) bahwa frekuensi pembelian termasuk indikator dalam mengukur tingkat pengambilan keputusan.

Berdasarkan data frekuensi pembelian konsumen terhadap produk bakeri sebagian besar konsumen membeli bakeri sebanyak seminggu sekali. Hal ini menunjukkan bahwa produk bakeri merupakan produk yang cukup digemari dan akan mendorong perkembangan industri bakeri. Tetapi menurut Lestari (2021), produksi produk bakeri menghasilkan sisa pengemasan bahan baku dan plastik kemasan yang rusak.

Persepsi Konsumen Terhadap Terhadap Kemasan Plastik dan *Green Packaging* Berbahan Dasar Kertas

Suatu usaha tidak dapat lepas dari kegiatan pemenuhan kebutuhan konsumen, seringkali kebutuhan konsumen ini tidak terpenuhi dan ia tidak menyukai kemasan yang diberikan oleh produsen. Sebaliknya, jika kebutuhan terpenuhi konsumen akan memperlihatkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi rasa puasnya. Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan proses dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya (Hermawan, 2015).

Menurut Irwandi *et al.*, (2020), kemasan memiliki pengaruh dalam menarik minat beli konsumen. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui kemasan yang disukai konsumen pada produk usaha bakeri (Marleen, 2008). Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk (Munandar *et al.*, 2013). Seseorang selalu dapat membuat atau menyusun rangking semua situasi/kondisi mulai dari yang paling disenangi hingga yang paling tidak disukai.

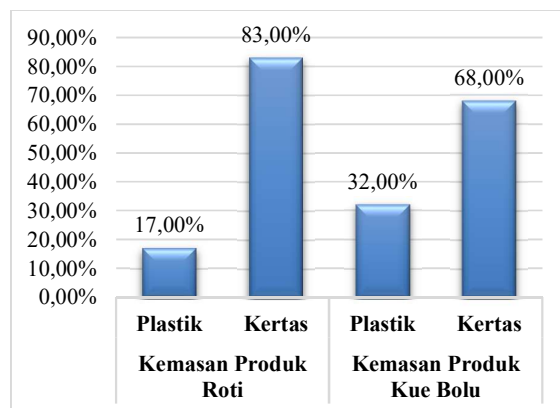
Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra atau bisa disebut proses sensoris. Namun, proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya disebut proses persepsi. Proses tersebut mencakup penginderaan setelah informasi diterima oleh alat indra, informasi tersebut diolah dan diinterpretasikan menjadi sebuah persepsi yang sempurna. Walgito (2010) menyatakan bahwa persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra atau disebut proses sensoris. Proses itu tidak berhenti saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.

Menurut James (2018), persepsi terbentuk atas dasar data-data yang kita peroleh dari lingkungan yang diserap oleh indra kita, serta sebagian lain diperoleh dari pengolahan ingatan (memori) kita (diolah kembali berdasarkan pengalaman yang kita miliki). Dari beberapa pengertian persepsi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah tindakan penilaian dalam pemikiran seseorang setelah menerima stimulus dari apa yang dirasakan oleh pancaindranya. Stimulus tersebut kemudian berkembang menjadi suatu pemikiran yang akhirnya membuat seseorang memiliki suatu pandangan terkait suatu kasus atau kejadian yang tengah terjadi.

Pertimbangan dalam pemilihan jenis produk biasanya lebih sering terjadi bila dalam keadaan tersedianya bahan yang cukup atau berlebih. Berbagai faktor dapat memengaruhi pertimbangan seseorang terhadap produk yang ia pilih dan ia sukai. Salah satu tujuan dari memahami persepsi dan harapan konsumen adalah supaya menjadi pertimbangan produsen dapat membangun citra merek yang kuat dan sesuai dengan segmen pasar yang dituju (R. D. Sari, 2023). Menurut Nawangpalupi & Pratama (2011), salah satu hambatan dari sisi produsen yaitu tidak menanyakan kepada konsumen mengenai perlu tidaknya mereka menggunakan kantong plastik, namun langsung memasukkan produk yang konsumen beli ke dalam kantong plastik.

Selain itu, Pramudiastuti *et al.*, (2021) menyatakan bahwa pandangan konsumen terhadap pembelian produk berdasarkan kemasan ramah lingkungan merupakan penting bagi perusahaan. Hal ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk memproduksi produk-produk dengan kemasan ramah lingkungan. Usaha bakeri juga termasuk di dalamnya, agar dapat menjadi pertimbangan produsen dalam memilih kemasan bagi produk-produknya, maka penting untuk mengetahui preferensi

konsumen dalam memilih kemasan untuk produk-produk-produk bakeri. Jenis kemasan yang disukai konsumen dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kemasan yang Disukai Oleh Konsumen

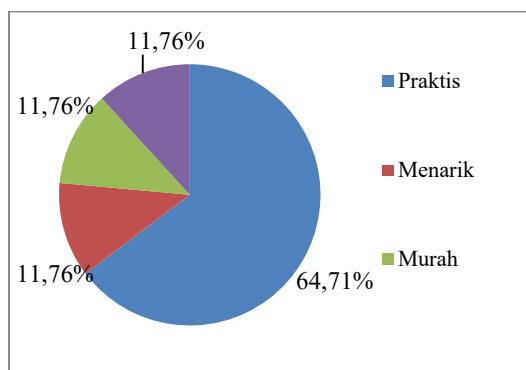
Gambar 1 menunjukkan bahwa banyak konsumen yang lebih menyukai kemasan yang berbahan dasar kertas daripada kemasan plastik. Hasil berbeda dengan pernyataan Deliana et al., (2020) yang menyatakan bahwa konsumen saat ini lebih memilih kemasan plastik daripada *green packaging*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa konsumen sudah mulai beralih ke kebiasaan yang ramah lingkungan. Pada umumnya, konsumen ramah lingkungan (*green consumer*) didefinisikan sebagai orang yang berperilaku ramah lingkungan dan/atau yang membeli produk ramah lingkungan (Sahetapy & Noach, 2021).

Konsumen ramah lingkungan adalah seseorang yang melakukan pembelian produk dipengaruhi oleh kesadarannya sendiri terhadap masalah lingkungan (McCarty et al., 2010). Menurut beberapa pengertian *green consumer* tersebut, maka *green consumer* adalah mereka yang mempertimbangkan dampak lingkungan terlebih dahulu sebelum membeli dan mengonsumsi suatu produk.

Kemasan Plastik

1. Roti

Produk roti merupakan salah satu jenis pangan yang paling dikenal dan digemari konsumen bakeri di Indonesia (Orvala et al., 2019). Menurut Pratiwi (2021), kemasan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk roti. Pemilihan terhadap kemasan plastik bagi produk roti memiliki alasan tersendiri bagi konsumen. Alasan konsumen menyukai kemasan plastik pada produk roti dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Alasan Konsumen Menyukai Kemasan Plastik pada Produk Roti

Kemasan plastik masih disukai oleh sebagian konsumen untuk produk roti karena merupakan kemasan yang dianggap praktis, menarik, murah, dan melindungi produk lebih baik. Kemasan yang praktis menjadi salah satu keunggulan tersendiri bagi kemasan plastik sebagai pembungkus dalam

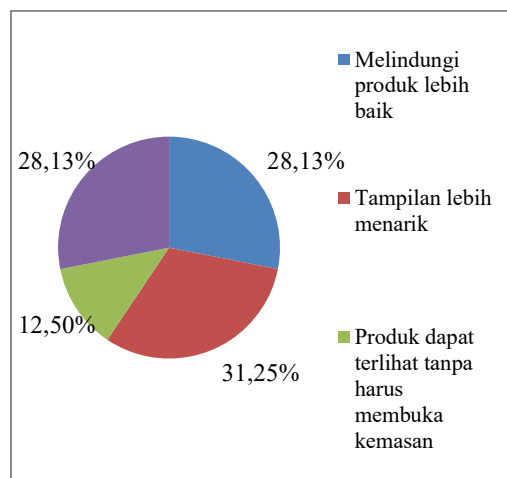
bidang kuliner salah satunya bakeri. Kemasan yang praktis menurut Deliana et al., (2020) antara lain kemasan yang sesuai dengan produk, mudah dibawa, dipegang dan dijinjing, serta kemasan yang memudahkan pemakaian dalam menghabiskan produk.

Perlindungan terhadap produk merupakan dipertimbangkan konsumen dalam penggunaan kemasan untuk produk roti. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan Nugraheni (2018) bahwa pada dasarnya peran utama kemasan dalam industri pangan adalah untuk melindungi produk dari kontaminasi luar, termasuk menjamin keamanan pangan, memelihara kualitas, dan meningkatkan masa simpan, terutama untuk produk roti yang memiliki masa simpan yang umumnya pendek.

2. Kue Bolu

Kue Bolu merupakan salah satu produk bakeri yang digemari konsumen di berbagai kalangan baik muda maupun tua. Selain untuk kudapan, kue bolu juga biasa disajikan di berbagai acara tertentu, seperti ulang tahun, perayaan pernikahan, dan acara spesial lainnya. Tingginya permintaan kue bolu membuat bisnis kue bolu menjadi salah satu bisnis kuliner yang menjanjikan (Tambunan et al., 2022).

Penggunaan kemasan plastik untuk produk kue bolu masih menjadi pilihan sebagian konsumen dengan berbagai pertimbangan. Alasan konsumen menyukai kemasan plastik pada produk kue bolu dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Alasan Konsumen Menyukai Kemasan Plastik pada Produk Kue Bolu

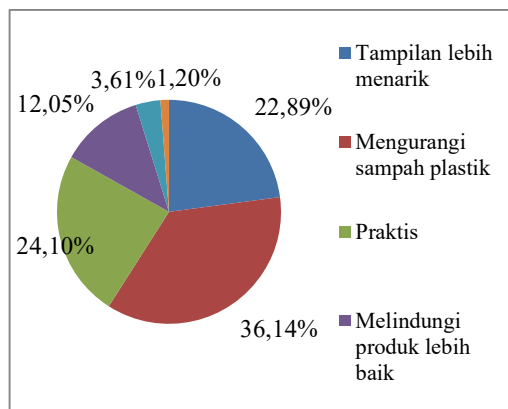
Gambar 3 memperlihatkan bahwa konsumen memilih plastik sebagai kemasan kue bolu dengan alasan kepraktisan, melindungi produk lebih baik, dan produk dapat terlihat tanpa harus membuka kemasan. Sejalan dengan pernyataan konsumen, Deliana et al., (2020) menyatakan kemasan plastik masih disukai oleh konsumen antara lain karena sifatnya yang mudah dibawa, ringan, menarik kemasan, produk mudah dilihat, kemasan praktis, kemasan aman, dan kemasan mudah dibuka. Selain itu, menurut Laelasari et al., (2021), penggunaan kemasan makanan berbahan dasar plastik menjadi pilihan karena dinilai praktis dan harganya terjangkau.

Kemasan Kertas

1. Roti

Konsumen usaha bakeri sebagian besar menyukai kemasan kertas atau karton sebagai kemasan pada produk roti. Bahan baku karton sama seperti kertas, yaitu *pulp* yang berasal dari serat kayu (selulosa), kemasan ini berbahan dasar dari alam dan dapat terurai dengan mudah. Alasan konsumen menyukai kemasan kertas pada produk roti dapat dilihat pada Gambar 4.

Alasan konsumen lebih menyukai jenis kemasan ini dibandingkan plastik dan jenis kemasan lain sebagian besar adalah alasan lingkungan. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen usaha bakeri sudah mulai mempertimbangkan konsekuensi lingkungan akibat dari penggunaan kemasan. Selain itu, kemasan juga dianggap sebagai kemasan yang praktis, menarik, mampu memberikan perlindungan lebih baik, lebih bersih dan sehat, dan unik.



Gambar 4. Alasan Konsumen Menyukai Kemasan Kertas pada Produk Roti

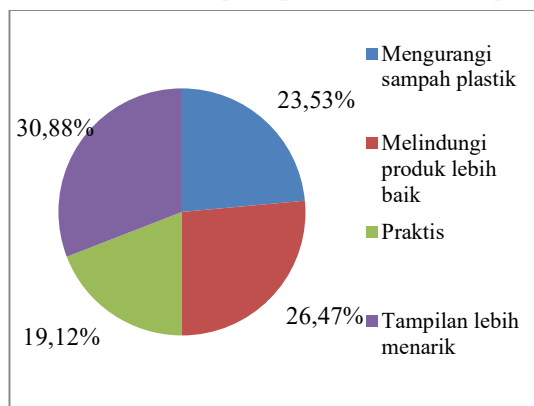
Nurrochmad Ismail *et al.*, (2023) menyatakan bahwa saat ini kemasan yang berbahan dasar kertas dinilai lebih mudah didaur ulang sehingga otomatis juga lebih ramah lingkungan. Industri yang memproduksi kemasan kertas juga bergerak semakin mengikuti tren dengan kemampuan penggunaan bahan daur ulang. Hal ini memungkinkan pada banyak produk termasuk produk bakeri untuk menggunakan kemasan kertas atau karton pada produknya sehingga keinginan konsumen dapat terpenuhi.

Alasan lain konsumen memilih kemasan kertas karena sebagian konsumen menganggap kemasan kertas lebih sehat jika dibandingkan dengan kemasan plastik. Koenig-Lewis *et al.*, (2022) menyatakan konsumen menganggap makanan dalam *green packaging* lebih sehat daripada kemasan plastik yang memengaruhi minat penggunaan konsumen dan dapat menjadi kriteria evaluatif yang penting ketika memilih makanan dengan berbagai jenis kemasan.

2. Kue Bolu

Kue bolu merupakan kue yang sangat digemari masyarakat umum, kualitas dari kue bolu kering itu sendiri ditentukan dari rasa, tekstur, aroma dan tingkat pengembangan. Kue bolu merupakan produk yang di hasilkan dari tepung terigu dengan penambahan bahan bahan lain untuk menambah zat gizi yang diproses dengan pemanggangan. Kemasan kue bolu yang ditemukan pada usaha bakeri salah satunya adalah kemasan dengan bahan dasar kertas yaitu *box* karton dengan berbagai macam warna dan desain.

Berdasarkan data jenis kemasan yang disukai oleh sebagian besar konsumen untuk produk bakeri adalah kemasan *box* karton. Kertas selalu menjadi sumber bahan mentah yang signifikan. Kemasan kertas dan papan karton mudah didaur ulang sehingga termasuk ke dalam kategori *green packaging*. Alasan konsumen menyukai kemasan kertas pada produk kue bolu dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Alasan Konsumen Menyukai Kemasan Kertas pada Produk Kue Bolu

Kemasan kertas mayoritas disukai konsumen adalah berdasarkan estetika atau daya tarik visual yang membuat tampilan kemasan menjadi lebih menarik di mata konsumen. Estetika adalah bagian penting dalam penjualan sebuah produk. Semakin indah kemasan produk anda, maka semakin mudah

untuk menarik konsumen untuk melihat produk tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Sari *et al.*, (2022) bahwa estetika kemasan merupakan salah satu pendorong minat konsumen dalam membeli suatu produk.

KESIMPULAN

Konsumen lebih menyukai kemasan yang berbahan dasar kertas daripada kemasan plastik, yaitu sebanyak 83,00% untuk produk roti dan 68,00% untuk produk kue bolu. Konsumen yang menyukai kemasan plastik memiliki persepsi bahwa kemasan plastik untuk produk roti merupakan kemasan yang praktis, menarik, murah, dan melindungi produk lebih baik. Bagi produk kue bolu, konsumen menganggap kemasan plastik merupakan kemasan yang menarik, praktis, dan melindungi produk lebih baik. Sedangkan bagi konsumen yang lebih menyukai kemasan berbahan dasar kertas menganggap bahwa kemasan kertas sebagai pengemas produk roti dapat mengurangi sampah plastik, praktis, menarik, melindungi produk lebih baik, lebih higienis dan sehat, dan unik. Bagi produk kue bolu, konsumen menganggap kemasan kertas merupakan kemasan yang menarik, melindungi produk lebih baik, mengurangi sampah plastik, dan praktis.

Banyaknya persepsi positif terhadap kemasan kertas dibandingkan kemasan plastik mengindikasikan bahwa konsumen sudah mulai beralih ke kebiasaan yang ramah lingkungan. Saran yang dapat diberikan kepada konsumen agar selalu meningkatkan kesadaran terhadap isu-isu lingkungan yang diakibatkan penggunaan kemasan plastik.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Kabupaten Indramayu dalam Angka 2023*. <https://indramayukab.bps.go.id/>
- Burano, R. Sepriyanti, & Siska, T. Y. (2019). Pengaruh Karakteristik Petani Dengan Pendapatan Petani Padi Sawah. *Menara Ilmu*, XIII(10), 68–74.
- Deliana, Y., Fatimah, S., & Trimo, L. (2020). *Consumer Preference of Plastic Packaging as Green Packaging Prediction with Hebbian Neural Network Analysis*. 11(1), 735–753.
- Djohan, A. I. (2017). Perancangan Green Manufacturing pada Virgin Cake and Bakery Semarang. *Universitas Katolik Soegijapranata Semarang*.
- Eightiani Devi, A. (2021). Pengaruh Penambahan Tepung Sukun dan Proses Pemanggangan Terhadap Karakteristik Fisik dan Sensori pada Brownies Panggang. *Thesis for Faculty of Agricultural Technology UNIKA Soegijapranata*.
- Endang, W. (2010). Pengaruh Kepercayaan Dan Umur Terhadap Kinerja Individual Dalam Penggunaan Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*.
- Haya, A. F. (2022). Peran Home Industry Roti Della Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Bachelor Thesis, IAIN Syekh Nurjati Cirebon*.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*.
- Irwandi, Eka Putri, Y., & Mikharatunnisa. (2020). Kemasan Sekunder Three In One Terhadap Minat Beli Konsumen pada Madu Sumbawa. *Jurnal TAMBORA*. <https://doi.org/10.36761/jt.v4i2a.781>
- Isa, S. M., & Yao, P. X. (2013). Investigating the preference for green packaging in consumer product choices: A choice-based conjoint approach. *Business Management Dynamics*, 3(2), 84–96. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=110238159&site=ehost-live>
- James, W. (2018). The principles of psychology. *Personality.Culture.Society*. <https://doi.org/10.30936/1606-951x-2018-20-3/4-27-64>
- Julina. (2016). Analisis Pengetahuan Lingkungan dan Perilaku Ramah Lingkungan Berdasarkan Gender dan Tingkat Pendidikan di Kota Pekanbaru. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*. <https://doi.org/10.24014/marwah.v15i2.2650>
- Kenesei, Z., & Todd, S. (2003). The Use of Price in The Purchase Decision. *Journal of Empirical*

Generalisations in Marketing Science.

- Kholis, M. (2010). *Peran Home Industry Sabun Jelly "Ls" Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Tambi Lor Kecamatan Sliyeg Kabupaten Indramayu.*
- Koenig-Lewis, N., Grazzini, L., & Palmer, A. (2022). Cakes in plastic: A study of implicit associations of compostable bio-based versus plastic food packaging. *Resources, Conservation and Recycling*. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2021.105977>
- Laelasari, E., Anwar, A., & Puspita, T. (2021). Perbandingan Risiko Kesehatan Penggunaan Aditif Ftalat Dan Non Ftalat Pada Bahan Plastik Kemasan Makanan. *Jurnal Ekologi Kesehatan*, 20(1), 21–35. <https://doi.org/10.22435/jek.v20i1.3683>
- Lestari, D. D. (2021). Produksi Bersih Industri Roti di Kota Pontianak. *Jurnal Teknologi Lingkungan Lahan Basah*, 9(1), 042. <https://doi.org/10.26418/jtllb.v9i1.44205>
- Mandang, M., Sondakh, M. F. L., & Laoh, O. E. H. (2020). Karakteristik Petani Berlahan Sempit Di Desa Tolok Kecamatan Tompaso. *Agri-Sosioekonomi*, 16(1), 105. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.16.1.2020.27131>
- Marleen, S. (2008). *Teknologi Pengemasan Pangan*. Widya Padjadjaran.
- McCarty, J. A., Shrum, L. J., & Lowrey, T. M. (2010). Environmental Consumer Behavior. In *Wiley International Encyclopedia of Marketing*. <https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem03022>
- Munandar, J. M., Udin, F., & Amelia, M. (2013). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan Di Bogor. *J. Teknologi Industri Pertanian*.
- Nawangpalupi, C. B., & Pratama, F. K. (2011). Identifikasi dan Segmentasi Kesadaran Lingkungan Konsumen dan Produsen Terhadap Produk Berkemasan. *Research Report - Engineering Science UNPAR, Vol. 1.*
- Nugraheni, M. (2018). Kemasan Pangan. In *Plantaxia*.
- Nurrochmad Ismail, R., Lailatul Qadariah, U., Aris Setiawan, D., Iman Rachmadi, M., Nugraha Ibnu Abdillah, T., Luh Putu Hariastuti, N., & Teknologi Adhitama Surabaya, I. (2023). Strategi Bisnis Untuk Mengembangkan Produk Kemasan Kertas Carton Box Dan Single Face Sebagai Produk Unggulan Pt. Xyz Menggunakan Bmc, Analisis Swot Dan Qspm. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan III (SENASTITAN III), Senastitan Iii.*
- Nursyaerah, S. (2016). The Factors of Practising Green Packaging Adoption Among Food Industry Around Melaka. *University of Teknikal Malaysia Melaka, June.*
- Okunola A, A., Kehinde I, O., Oluwaseun, A., & Olufiropo E, A. (2019). Public and Environmental Health Effects of Plastic Wastes Disposal: A Review. *Journal of Toxicology and Risk Assessment*, 5(2). <https://doi.org/10.23937/2572-4061.1510021>
- Orvala, V., Yusiana, S., & Ningrum, L. (2019). Analisa Konsep Usaha Roti Dalam Perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia. *Ikra-Ith Humaniora*
- Perdana, W. W. (2019). Perencanaan Industri Roti Kaffah Di Kabupaten Bantaeng, Sulawesi Selatan. *Agroscience (Agsci)*, 9(1), 41. <https://doi.org/10.35194/agsci.v9i1.634>
- Pramudiastuti, L., Relawati, R., & Sudibyo, R. (2021). Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan dalam Pembelian Minuman Kemasan di Universitas Muhammadiyah Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.02.23>
- Pratiwi, Y. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Produk Roti Di UKM Roti Aisyah Pejogol. *Delta: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*. <https://doi.org/10.31941/delta.v9i1.1277>
- Priambudi, A. N., & Deliana, Y. (2021). Hubungan Pengetahuan Dengan Perilaku Penggunaan Green Packaging Di Masyarakat Dki Jakarta. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 49. <https://doi.org/10.25157/ma.v7i1.3865>
- Rahayu, S. (2017). Strategi Kapabilitas Pemasaran Hijau Sebagai Upaya Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Buletin Ekonomi*, 15(2), 155–303.
- Rahma, K., & Airlangga, E. (2020). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap

- Minat Beli Konsumen di Reza Bakery Padangsidempuan. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 149–155.
- Rahmawati, R., Kurnianto, M. A., & Munarko, H. (2022). *Teknologi Bakery dalam Terapan* (Issue August).
- Sahetapy, S. Y., & Noach, R. M. (2021). Buying Mechanism of Green Products: *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science (ICAST-SS 2020)*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210424.033>
- Santoso, I., & Fitriani, R. (2016). Green Packaging, Green Product, Green Advertising, Persepsi, dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 9(2), 147–158. <https://doi.org/10.24156/jikk.2016.9.2.147>
- Sari, A. P. S., Ritonga, M. R. S., Aulia, R., Syahfitri, W., & Firmansyah, H. (2022). Pemberdayaan dan Pengembangan UKM sebagai Pendorong Ekonomi Desa (Studi Kasus pada Desa Kramat Gajah, Kecamatan Galang, Sumatera Utara). *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5), 1262–1269. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i5.11198>
- Sari, R. D. (2023). Analisis Persepsi dan Preferensi Konsumen Pada Kualitas, Kemasan, Varian Rasa dan Merek Produk Kerupuk Melarat di Desa Belendung Karawang. *Journal on Education, September-Desember 2023, Hal. 4543-4551, Volume 06, 4543–4551*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tambunan, E., Purba, M. L., & Idahwati, I. (2022). Pelatihan Pembuatan Aneka Kue Bolu Peluang Bisnis Bagi Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Sei Sikambang Di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 3(1), 274–280. <http://114.7.97.221/index.php/JAM/article/view/2655%0Ahttp://114.7.97.221/index.php/JAM/article/download/2655/1785>
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). Technology Acceptance Model - Research. *MIS Quarterly*.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Fakultas Psikologi UGM.
- Wandosell, G., Parra-Meroño, M. C., Alcayde, A., & Baños, R. (2021). Green packaging from consumer and business perspectives. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su13031356>
- Widyawati, N. (2015). Eksplorasi Olahan Makanan Berbasis Biji Gandum Domestik (*Triticum aestivum* L. Varietas Dewata) melalui Uji Organoleptik. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 04(02), 66–73. <https://doi.org/10.17728/jatp.2015.13>
- Yudianto, A., & Anik, N. (2021). Pengembangan Manajemen Usaha dan Analisa Kemampuan IKM Donat Gincu Cake dan Bakery Jatibarang. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.1, No.*, 357–382. <https://doi.org/10.31857/s013116462104007x>
- Zhang, Q., Zhao, Q., Zhao, X., & Tang, L. (2020). On the introduction of green product to a market with environmentally conscious consumers. *Computers and Industrial Engineering*, 139, 106190. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2019.106190>
- Zsóka, Á., Szerényi, Z. M., Széchy, A., & Kocsis, T. (2013). Greening Due to Environmental Education? Environmental Knowledge, Attitudes, Consumer Behavior and Everyday Pro-Environmental Activities of Hungarian High School and University Students. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.11.030>