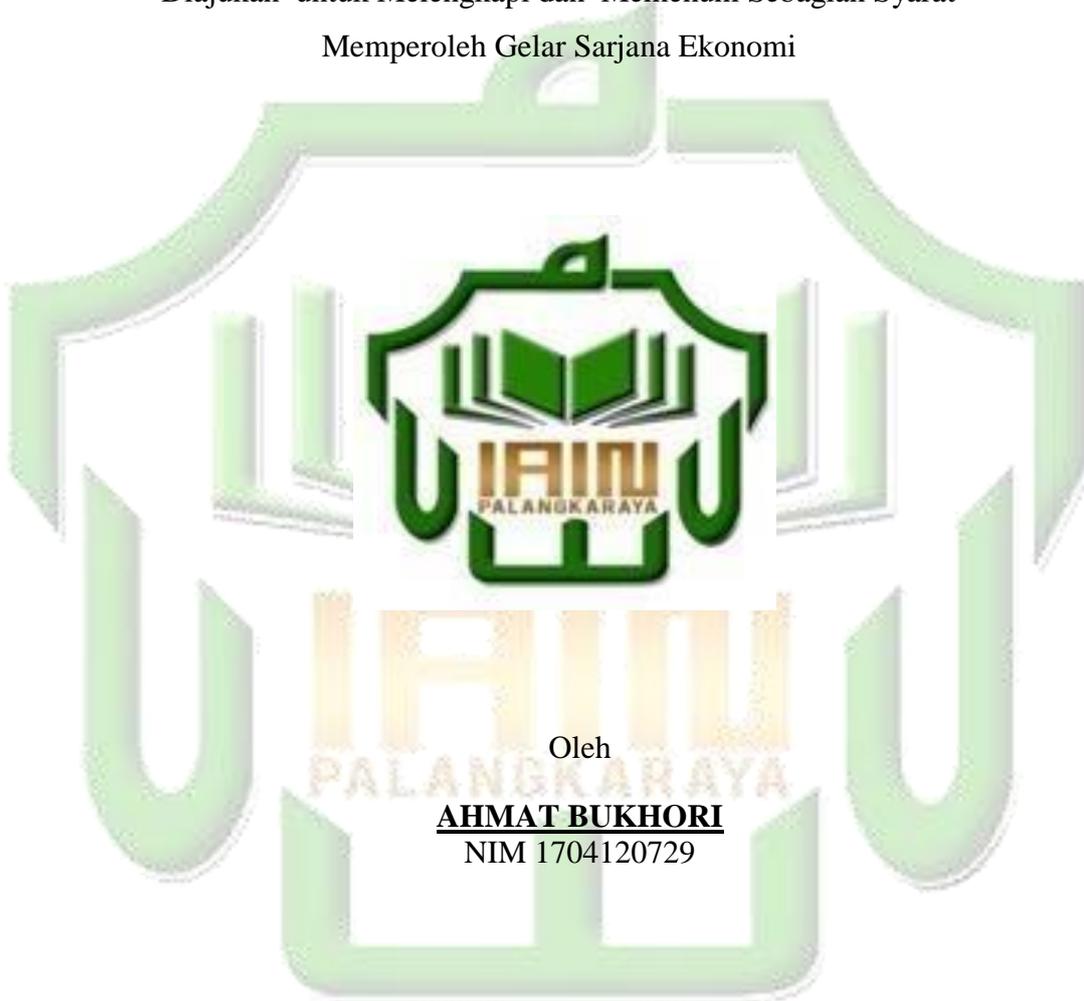


**PERSEPSI PELAKU USAHA KECIL MENENGAH (UKM)  
TERHADAP PERAN RUMAH KEMASAN DI KOTA  
PALANGKA RAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh

**AHMAT BUKHORI**  
NIM 1704120729

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
TAHUN AJARAN 2021 M / 1443**

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

JUDUL : PERSEPSI PELAKU USAHA KECIL  
MENENGAH (UKM) TERHADAP PERAN  
RUMAH KEMASAN DI KOTA PALANGKA  
RAYA

NAMA : AHMAT BUKHORI

NIM : 1704120729

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

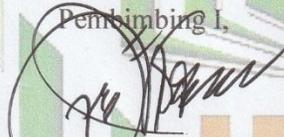
JENJANG : STRATA SATU (S-1)

Palangka Raya, Oktober 2021

Disetujui oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

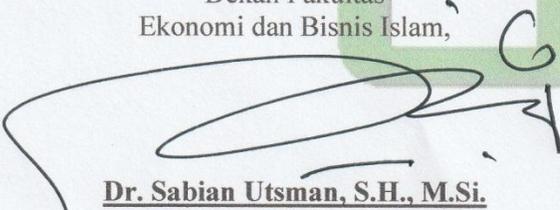
  
Dr. Imam Qalyubi, S.S., M.Hum  
NIP 19720404 200003 1 005

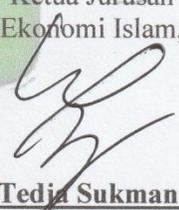
  
Rahmad Kurniawan, S.E.Sy, ME  
NIP 19880912 201903 1 005

Mengetahui :

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam,

Ketua Jurusan  
Ekonomi Islam,

  
Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si.  
NIP 19631109 199203 1 004

  
Enriko Tedja Sukmana, M. Si.  
NIP 19840321 201101 1 012

**NOTA DINAS**

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**  
**Saudara Ahmat Bukhori**

Palangka Raya, Oktober 2021

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi  
**FEBI IAIN Palangka Raya**  
**Jl. G.obos Komplek Islamic Center**  
**Palangka Raya**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya,  
maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara :

Nama : Ahmat Bukhori  
NIM : 1704120729  
Judul : **Persepsi Pelaku Usaha Kecil Menengah (Ukm)**  
**Terhadap Peran Rumah Kemasan Di Kota Palangka**  
**Raya**

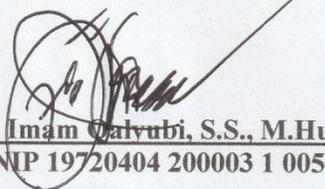
Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada  
program studi Ekonomi Syari'ah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

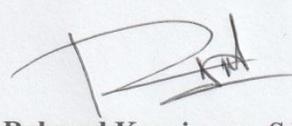
Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
**Dr. Imam Qalyubi, S.S., M.Hum**  
NIP 19720404 200003 1 005

  
**Rahmad Kurniawan, S.E.Sy, ME**  
NIP 19880912 201903 1 005

## LEMBARAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Persepsi Pelaku Usaha Kecil Menengah (Ukm) Terhadap Peran Rumah Kemasan Di Kota Palangka Raya” oleh Ahmat Bukhori, NIM 1704120729 telah *dimunaqasahkan* oleh tim *Munaqasah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 19 Oktober 2021

### TIM PENGUJI

1. **Enriko Tedja Sukmana, M. Si.**  
(Ketua Sidang/Penguji)

(.....)

2. **Ali Sadikin, M. Si**  
(Penguji I)

(.....)

3. **Dr. Imam Qalyubi, S.S., M.Hum**  
(Penguji II)

(.....)

4. **Rahmad Kurniawan, S.E.Sy, ME**  
(Sekretaris/Penguji)

(.....)

IAIN  
PALANGKARAYA

Mengetahui,

Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN  
Palangka Raya,

**Dr. Sabian Utsman, S.H, M.Si**

NIP 196311091992031004

# **PERSEPSI PELAKU USAHA KECIL MENENGAH (UKM) TERHADAP PERAN RUMAH KEMASAN DI KOTA PALANGKA RAYA**

## **ABSTRAK**

**Oleh : Ahmat Bukhori  
NIM 1704120729**

Latar belakang dari penelitian ini adalah karena adanya keikutsertaan pemerintah dalam membantu masyarakat terutama usaha dengan skala kecil dan menengah. Hal tersebut bisa dilihat dengan didirikannya pelayanan jasa milik pemerintah melalui Disperindag Kalteng yaitu UPT Makanan, Minuman dan Kemasan atau Rumah Kemasan yang hadir untuk membantu dan memfasilitasi usaha dengan skala kecil dan menengah. Berdasarkan hal tersebut maka permasalahan yang diangkat peneliti adalah pertama, bagaimana persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemasan? kedua, bagaimana persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemasan dalam meningkatkan perkembangan usaha?.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian berada di Kota Palangka Raya dengan subjek penelitiannya adalah pelaku UKM yang menggunakan jasa Rumah Kemasan, pelanggan dari usaha pelaku UKM dan kepala Rumah Kemasan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Analisis data menggunakan Pengumpulan, Reduksi, Penyajian, dan Penarikan Kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) persepsi pelaku UKM terhadap peran Rumah Kemasan sudah sesuai dengan apa yang menjadi fungsi dan tujuan Rumah Kemasan, yang berarti bahwa Rumah Kemasan berperan dalam membantu usaha pelaku UKM terutama yang berkaitan dengan produk kemasan seperti meningkatkan kualitas kemasan, tampilan produk, harga jual dan lainnya. (2) persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemasan dalam meningkatkan perkembangan usaha jika dilihat dari hasil observasi dan wawancara terlihat ada peningkatan produksi, penjualan, pendapatan dan keuntungan dari usaha pelaku UKM. Hal tersebut menunjukkan bahwa Rumah Kemasan membantu meningkatkan perkembangan usaha pelaku UKM.

**Kata Kunci** : UKM, Rumah Kemasan, Persepsi dan Pelaku UKM

**PERCEPTION OF SMALL MEDIUM ENTERPRISES (SME) ON THE ROLE  
OF PACKAGING HOUSE IN PALANGKA RAYA CITY**

**ABSTRACT**

**By : Ahmat Bukhori**

**NIM 1704120729**

*The background of this research is because of the government's participation in helping the community, especially small and medium scale businesses. This can be seen with the establishment of government-owned services through the Central Kalimantan Disperindag, namely the Food, Beverage and Packaging UPT or Packaging House, which is here to assist and facilitate small and medium-scale businesses. Based on this, the problems raised by the researchers are, first, what is the perception of SMEs about the role of packaged houses? second, what is the perception of SMEs towards packaging houses in increasing business development?*

*This research is a field research using a qualitative descriptive approach. The research location is in the city of Palangka Raya with the research subjects are SME actors who use the services of Packaging Houses, customers from SME businesses and the heads of Packaging Houses. The data collection techniques used are through observation, interviews, and documentation. Validation of data using source triangulation. Data analysis using Collection, Reduction, Presentation, and Drawing Conclusions.*

*The results of this study indicate that (1) the perception of SMEs towards the role of the Packaging House is in accordance with what is the function and purpose of the Packaging House, which means that the Packaging House plays a role in helping the businesses of SMEs, especially those related to packaging products such as improving the quality of packaging, product display, selling price and others. (2) the perception of SME actors towards packaged houses in increasing business development if seen from the results of observations and interviews, it can be seen that there is an increase in production, sales, income and profits from SME business actors. This shows that the Packaging House helps improve the business development of SMEs.*

**Keywords:** *SMEs, Packaging Houses, Perceptions and SMEs Actors*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur peneliti hanturkan atas kehadiran Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan atas limpahan taufik, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Persepsi Pelaku Usaha Kecil Menengah (Ukm) Terhadap Peran Rumah Kemasan Di Kota Palangka Raya”** dengan lancar. Shalawat serta salam kita haturkan kepada junjungan kita yakni Nabi besar Muhammad SAW., *Khatamun Nabiyyin*, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumil qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak oleh karena itu peneliti mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag. selaku Rektor IAIN Palangka Raya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk berkuliah di IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Sablan Utsman, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk kuliah di IAIN Palangka Raya khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Sadiani, M.H selaku dosen penasihat akademik selama peneliti menjalani perkuliahan.

4. Bapak Dr. Imam Qalyubi, S.S., M.Hum sebagai dosen pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dan saran kepada peneliti selama menyusun skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
5. Bapak Rahmad Kurniawan, S.E.Sy, ME sebagai dosen pembimbing II yang juga selalu membimbing peneliti dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan arahan, pikiran dan penjelasan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mengajarkan berbagai macam ilmu dan wawasan kepada peneliti.
7. Ayah dan Ibu peneliti yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu mendoakan keberhasilan peneliti dan keselamatan selama menempuh pendidikan, dan
8. semua pihak yang membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palangka Raya, Oktober 2021

Peneliti

AHMAT BUKHORI

NIM. 1704120729

## PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Persepsi Pelaku Usaha Kecil Menengah (Ukm) Terhadap Peran Rumah Kemas Di Kota Palangka Raya”** adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menanggung resiko atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2021

Yang Membuat Pernyataan,



**Ahmat Bukhori**  
NIM 1704120729

IAIN  
PALANGKARAYA

## MOTTO

### **Musuh Terbesar Adalah Diri Sendiri**

(Ahmat Bukhori)

□ وَلَمَنْ صَبَرَ وَغَفَرَ إِنَّ ذَلِكَ لَمِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ □

"Dan barangsiapa bersabar dan memaafkan, sungguh yang demikian itu termasuk perbuatan yang mulia."

(Q.S As-Syura: 43)



## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbilalamiin

Rasa Syukur yang berlimpah kepada Allah Subhanahu wa ta'ala karena taburan cinta dan kasih sayang-Nya yang telah memberikan hamba nikmat yang tak terhingga, kesehatan, kekuatan, kesabaran dan kemudahan yang pada akhirnya membuat saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga hamba selalu bisa lebih pandai bersyukur lagi atas semua kenikmatan yang telah diberikan. Serta atas cobaan yang diberikan, semoga dengan itu hamba bisa selalu lebih mengingat & selalu dekat dengan-Mu ya Rabb. Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Shallallahu'alaihi Wasallam.

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. kedua orang tuaku yang jasanya tidak bisa ku balas dengan apapun, yang telah memberikan dorongan, dukungan serta nasihat dan doa yang selalu di panjatkan untuk kesuksesan anaknya. Dan terimakasih atas kebaikan-kebaikan yang selalu di curahkan kepada anak-anaknya semoga akan menjadi amal jariyah serta pahala. Semoga kedua orang tuaku dan keluargaku diberi kesehatan dan keselamatan baik di dunia maupun di akhirat, Aminn,
2. Dosen Pembimbing Akademik saya, Dr. Sadiani, MH dan Dosen Pembimbing Skripsi Dr. Imam Qalyubi, S.S., M.Hum dan Rahmad Kurniawan, S.E.Sy, MERIBUAN terimakasih saya ucapkan atas bimbingan serta arahan Bapak selama

ini sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kebaikan Bapak menjadi amal jariyah yang pada nantinya dapat membawa kebaikan serta keberkahan baik di dunia maupun di akhirat,

3. sahabat terdekatku Eko Febrianto, Risky dwi rahmanto, Asep Endi Sopian, Risky Taufik, Indrayani, Misnawati, Mardiana, Tri kresna Oktiawati, Nilla sintya, Amalia Ridha, Maulinawati, Pangestu Indah dan Syaedah terimakasih banyak selama ini telah bersedia kebersamai, menyemangati, mendoakan, selalu siap membantuku dikala aku mengalami kesulitan,
4. teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2017 khususnya kelas B yang telah berbagi ilmunya dan semua kenangan selama ini, serta semua pihak yang sudah membantu selama penyelesaian skripsi ini saya ucapkan terimakasih,
5. almamaterku, kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, terima kasih.. Semoga tetap jaya dan banyak menciptakan generasi muda berkualitas harapan bangsa, dan
6. semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah turut memberikan kontribusi baik berupa doa, bantuan, dan dukungan semangat untuk saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB –LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Sa</i>	š	Es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>ha'</i>	ḥ	ha titik di bawah
خ	<i>kha'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Zal</i>	Ẓ	zet titik di atas
ر	<i>ra'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Sad</i>	ṣ	es titik di bawah

ض	<i>Dad</i>	ḍ	de titik di bawah
ط	<i>ta'</i>	ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>za'</i>	ẓ	zet titik di bawah
ع	<i>'ain</i>	....□....	Koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>fa'</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	L	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wawu</i>	W	We
ه	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	....'....	Apostrof
ي	<i>ya'</i>	Y	Ye

**B. Konsonan Rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap**

متعدين	Ditulis	<i>Muta'āqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

**C. Ta' Marbutah di Akhir Kata**

1. Bila dimatikan ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis	<i>Ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-fitri</i>

#### D. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

#### E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>

فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>
------	---------	--------------

#### F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

#### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

#### H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

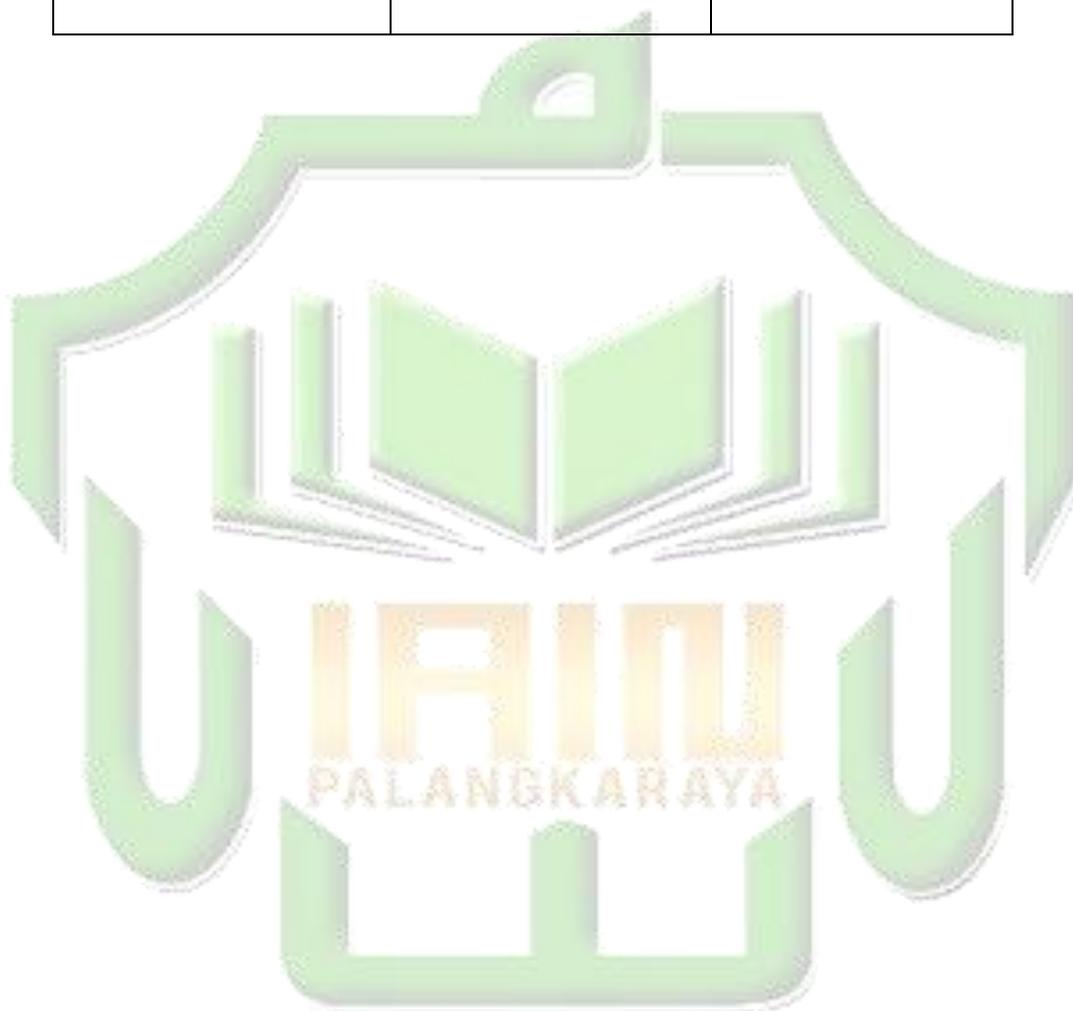
2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “*l*” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوي الفروض	Ditulis	<i>żawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl As-Sunnah</i>



## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBARAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>x</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB –LATIN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	9
B. Kajian Teori .....	18
1. Persepsi.....	18
2. Pengusaha .....	20
3. Usaha Kecil Menengah (UKM) .....	22
4. Rumah Kemasan.....	28

C. Kerangka Pikir .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	32
C. Objek dan Subjek Penelitian .....	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Pengabsahan Data .....	37
F. Teknik Analisis Data.....	38
G. Sistematika Penulisan.....	39
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	40
1. Gambaran Umum Kota Palangka Raya.....	40
2. Kondisi UMKM di Kota Palangka Raya.....	41
3. Profil Rumah Kemasan .....	43
B. Penyajian Data .....	47
1. Persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemasan. ....	48
2. Persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemasan dalam meningkatkan perkembangan usaha.....	70
C. Analisis Data .....	86
1. Persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemasan. ....	87
2. Persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemasan dalam meningkatkan perkembangan usaha.....	90
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>94</b>
A. Kesimpulan .....	94
B. Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Umkm Di Kota Palangka Raya Tahun 2018 s/d 2020 .....	3
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1 Data Subjek Penelitian.....	32
Tabel 4.1 Daftar Nama Kecamatan dan Luas Wilayah di Kota Palangka Raya...	38



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Salah satu cara untuk mengukur keberhasilan pembangunan ekonomi adalah dengan adanya pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan bagi kelangsungan pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan. Prioritas dalam menumbuhkan perekonomian adalah dengan membangun dan memperkuat sektor-sektor di bidang ekonomi yaitu dengan mengembangkan, meningkatkan dan mendayagunakan sumber daya secara optimal.

Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, utamanya dalam pembangunan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan.<sup>1</sup>

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu pilar dan kekuatan yang berkontribusi dalam perekonomian Indonesia. Hal ini terbukti dengan kokohnya UKM pada saat krisis moneter melanda Indonesia. Bahkan, ketika sektor- sektor perekonomian lain sedang menata ulang fondasi usaha

---

<sup>1</sup> Sudati Nur Sarfiah, Hanung Eka Atmaja, Dian Marlina Verawati, *“Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa”*, Universitas Tidar Magelang, Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan), Vol. 4 No. 2 (2019).

merek pasca krisis, UKM justru telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian bangsa. Berdasarkan data makro UKM yang diterbitkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UKM dalam penciptaan nilai tambah nasional pada tahun 2013 adalah sebesar 5.440.007,9) Milyar rupiah atau 60,34 persen dari Produk Domestik Bruto (PDB). Nilai ini lebih besar dibandingkan tahun 2012 yaitu sebesar 4.869. 568, 1 Milyar rupiah atau 59,08 persen dari PDB. Potensi yang sama dinyatakan oleh laporan Bank Dunia, bahwa sektor ini paling tidak menyumbang sebesar 50 persen PDB dan 10 persen terhadap nilai ekspor.<sup>2</sup>

Ada beberapa alasan mengapa UKM dapat bertahan dan cenderung meningkat di tengah permasalahan ekonomi yang telah terjadi yaitu, pertama; Karena sebagian besar memproduksi barang konsumsi dan jasa dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah. Kedua; sebagian besar UKM menggunakan modal sendiri dan tidak memakai modal dari bank. Ketiga; dengan adanya krisis ekonomi membuat banyak sektor formal memberhentikan pekerjaannya sehingga para karyawan melakukan kegiatan usaha kecil dan akibatnya jumlah UKM meningkat.<sup>3</sup>

Dalam sektor UKM industri makanan dan minuman menjadi sangat berpengaruh karena menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

---

<sup>2</sup> Aang Curatman, dkk, *“Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon”*, Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon, Jurnal Logika, Vol. XVIII. No. 3. 2016.

<sup>3</sup> Fahmi, H. Chairil Anwar, dan Eko Jokolelono, *“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Dalam Mempercepat Pembangunan Kota Palu”*, Program Studi Magister Perencanaan Wilayah Pedesaan Pascasarjana Universitas Tadulako, Volume 6 Nomor 7 Juli 2018 Hlm 104-116

Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mencatat, sepanjang tahun 2018 industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91 persen atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17 persen. Selanjutnya, industri makanan menjadi salah satu sektor yang menopang peningkatan nilai investasi nasional, yang pada tahun 2018 menyumbang hingga Rp56,60 triliun.<sup>4</sup>

Salah satu provinsi yang memiliki potensi untuk mengembangkan Usaha Kecil Menengah adalah Provinsi Kalimantan Tengah, tepatnya di Palangkaraya. Menurut Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Kalimantan Tengah pada tahun 2018 terdapat sekitar 36.227 pelaku UMKM dan akan bertambah setiap tahunnya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki pengaruh yang kuat dalam pembangunan ekonomi nasional terutama di Kalimantan Tengah. Jumlah pelaku UMKM juga sangat membantu pemerintah daerah, terutama dalam menciptakan lapangan kerja baru yang dapat mendukung pendapatan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berikut adalah data dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Kalimantan Tengah dari tahun 2018-2020:

---

<sup>4</sup> Kemenperin, “*Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun*”, diakses dari <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun->, pada 11 juni 2020 pukul 09:00.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Umkm Di Kota Palangka Raya**  
**TAHUN 2018 s/d 2020**

NO	Kualifikasi Usaha	Tahun		
		2018	2019	2020
1	Mikro	5.813	6.330	6.330
2	Kecil	816	869	869
3	Menengah	81	91	91
Jumlah		6.710	7.290	7,296

Sumber : Diskopukm Kalimantan Tengah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Palangka Raya mengalami kenaikan dari tahun 2018 sampai 2020.

Bentuk usaha dari pemerintah dalam meningkatkan sektor industri dan perdagangan terutama di Kota Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah adalah dengan mendirikan Rumah Kemasan, yaitu Unit Pelayanan Teknis Industri Makanan, Minuman dan Kemasan yang pada 19 Mei 2014 di resmikan secara langsung oleh Gubernur Kalimantan Tengah.

Rumah Kemasan adalah pelayanan jasa milik pemerintah yang didirikan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Kalimantan Tengah yang mempunyai tujuan utama yaitu; pertama, meningkatkan pembinaan di bidang industri makanan, minuman dan kemasan. Kedua, meningkatkan pengembangan teknologi di bidang industri makanan, minuman dan kemasan. Ketiga, meningkatkan kegiatan pelayanan teknis di bidang industri makanan, minuman dan kemasan.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan ferdian di Palangka Raya , 21 Maret 2020.

Dengan berdirinya Rumah Kemasan para pelaku UKM dapat langsung menggunakan fasilitas yang sudah di sediakan yaitu seperti konsultasi produk, membuat desain gambar kemasan produk dan memilih bentuk produk kemasan. Para pelaku usaha yang memilih menggunakan jasa Rumah Kemasan sebagai langkah awal dalam menjalankan usahanya di harapkan dapat meningkatkan dan mengembangkan perekonomian sekitar.<sup>6</sup>

Keberadaan Rumah Kemasan akan sangat penting jika masyarakat atau pelaku usaha bisa memanfaatkan program tersebut dengan kebutuhan usahanya. Jika dilihat melalui sudut pandang konsumen atau pembeli masih banyak sekali pelaku usaha yang mengemas produknya dengan ala kadarnya sehingga produk yang dibuat tidak menarik dan kurang diminati konsumen. Hal tersebut pastinya tidak jauh dari kendala yang berkaitan dengan pemilihan bahan kemasan yang sesuai dengan produknya. Untuk itu rumah kemasan hadir dan berperan untuk menjawab persoalan-persoalan yang sering dialami oleh pelaku usaha sehingga nantinya diharapkan bisa menambah atau meningkatkan penjualan produk.

Beberapa manfaat yang akan di dapatkan oleh pelaku usaha diantaranya adalah dapat meningkatkan mutu produk terutama melalui perbaikan pengemasan sehingga produk yang dikemas akan tampil lebih menarik dan juga membantu pelaku usaha menyelesaikan permasalahan yang sering dihadapi khususnya masalah teknis. Terbantunya pelaku usaha dengan hadirnya rumah kemasan dan banyaknya pelaku usaha yang menggunakan fasilitas Rumah kemasan tersebut bukan hanya akan meningkatkan

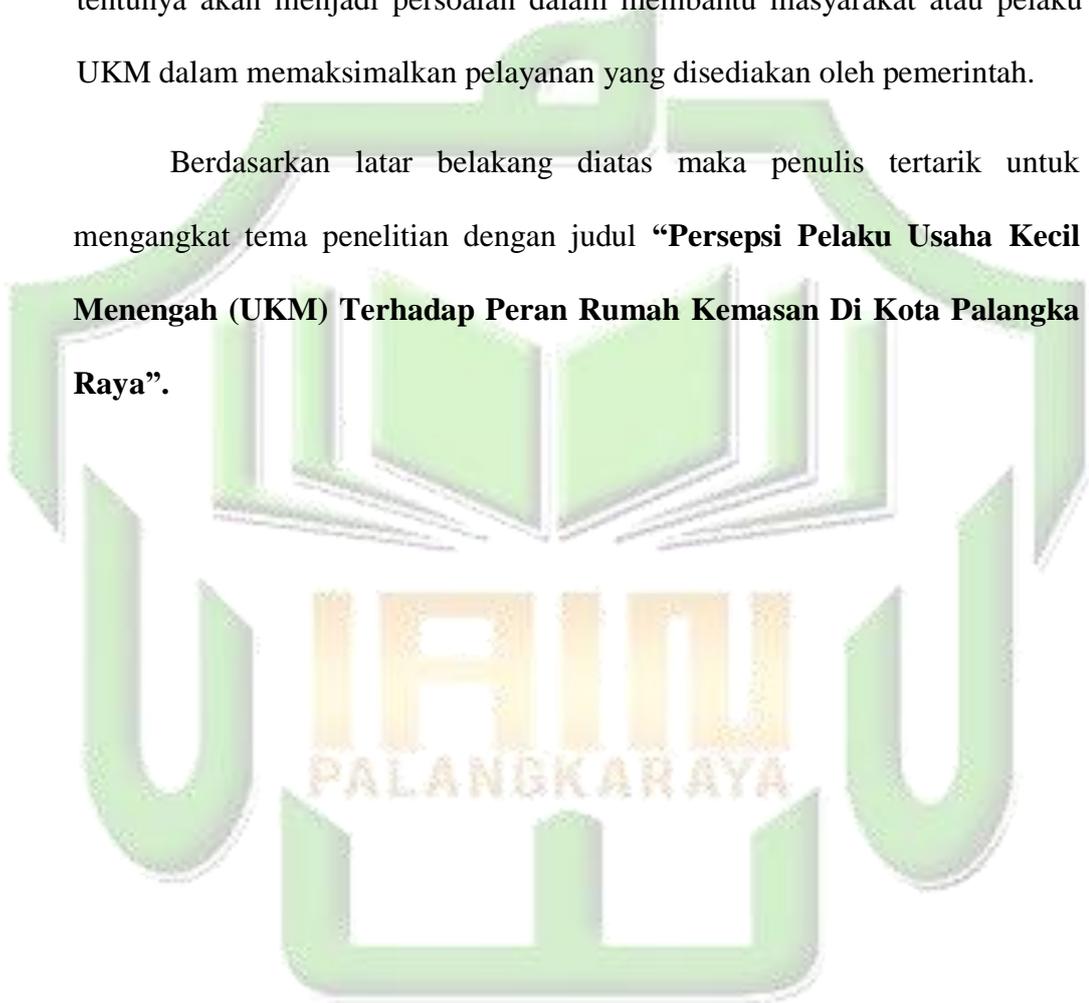
---

<sup>6</sup> Wawancara dengan ferdian di Palangka Raya , 21 Maret 2020.

perekonomian masyarakat melainkan juga akan meningkatkan sektor industri UKM di Palangkaraya.

Dari berbagai kelebihan dan manfaat dari menggunakan Rumah Kemasan ternyata masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bahkan tidak tau sama sekali tentang Rumah Kemasan itu sendiri. Hal tersebut tentunya akan menjadi persoalan dalam membantu masyarakat atau pelaku UKM dalam memaksimalkan pelayanan yang disediakan oleh pemerintah.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat tema penelitian dengan judul **“Persepsi Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Terhadap Peran Rumah Kemasan Di Kota Palangka Raya”**.



## **B. Batasan Masalah**

Permasalahan pada penelitian ini di batasi supaya tidak meluas sehingga peneliti dapat meneliti sesuai dengan apa yang ada pada rumusan masalah. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Adapun persepsi yang ingin di ketahui hanya sebatas gambaran terhadap peran rumah kemas.
2. Adapun persepsi yang ingin di ketahui hanya sebatas gambaran terhadap rumah kemas dalam meningkatkan perkembangan usaha.

## **C. Rumusan Masalah**

Dengan memperhatikan latar belakang di atas, agar penelitian ini lebih terarah, penulis perlu mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemas?
2. Bagaimana persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemas dalam meningkatkan perkembangan usaha?

## **D. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penulisan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemas.
2. Untuk mengetahui bagaimana persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemas dalam meningkatkan perkembangan usaha.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini di bagi menjadi dua, yaitu secara teoritis dan praktis.

### **1. Aspek Teoritis**

- a) Menambah wawasan pengetahuan penulis dibidang ekonomi khususnya mengenai UKM dan rumah kemas oleh disperindag kalteng.
- b) Diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan di bidang ekonomi.
- c) Dapat di jadikan referensi penelitian lain dan pemikiran lebih lanjut, baik untuk peneliti yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

### **2. Aspek Praktis**

Sebagai tugas penelitian skripsi untuk menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

1. **Erra Fazira**, (2018) meneliti tentang “Persepsi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Tentang Akuntansi (Studi Pada Kasus Umkm Kec. Tanjung Balai Selatan)”. Informasi tentang akuntansi mempunyai pengaruh yang sangat penting bagi UMKM terutama dalam mencapai keberhasilan usaha. Informasi akuntansi yang berupa laporan keuangan bisa menjadi modal dasar bagi UMKM dalam pengambilan keputusan untuk pengelolaan usaha kecil, antara lain keputusan pengembangan harga, pengembangan pasar, dan dalam hubungannya dengan pemerintah dan kreditur. Informasi akuntansi sangat bermanfaat bagi UMKM yakni dapat mengetahui kondisi usaha dan membantu dalam mendapatkan kredit pinjaman.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada para pelaku, hasil kuesioner tersebut kemudian di analisis oleh penulis untuk melihat bagaimana persepsi pelaku UMKM tentang akuntansi. Dimana persepsi dalam penelitian ini dilihat dari pendidikan, umur dan lama membuka usaha.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Erra Fazira adalah menunjukkan bahwa persepsi para pelaku UMKM tentang akuntansi dapat dikatakan bahwa mereka tidak mengetahui dan tidak diterapkan dalam menjalankan usahanya. Hanya 9% yang memahami secara sederhana tentang akuntansi dan 91% yang tidak memahami akuntansi sama sekali. Para pelaku UMKM lebih mengutamakan pengalaman mereka dibandingkan harus mempelajari akuntansi.<sup>7</sup>

2. **Annisa Fitri**, (2016) meneliti tentang “Persepsi Pengusaha Kain Sasirangan Terhadap Pemberian Modal Usaha Kecil Menengah (UKM) Oleh Lembaga Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Kampung Sasirangan Kota Banjarmasin)”. Kampung Sasirangan terkenal dengan tempat pembuatan batik khas Banjarmasin yaitu kain sasirangan dimana dalam pembuatan batiknya masih menggunakan cara tradisional sama seperti kerajinan batik di pulau Jawa. Pengusaha kampung sasirangan jika dilihat dari observasi awal mempunyai keinginan untuk penambahan modal bagi usaha mereka, namun kendala di antara mereka ada yang merasa belum mampu memenuhi syarat-syarat yang diajukan oleh perbankan, terutama dalam pemberian modal kepada usaha kecil menengah baik itu dari perbankan syariah ataupun konvensional.

---

<sup>7</sup> Erra Fazira, *Persepsi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Tentang Akuntansi (Studi Pada Kasus Ukm Kec. Tanjung Balai Selatan)*, Medan, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018, h.61

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan masalah yang ada berdasarkan data-data hasil dari wawancara dengan informan dan menganalisis data tersebut. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengusaha kampung sasirangan Kota Banjarmasin, sedangkan objek dalam penelitian ini adalah tentang tanggapan pengusaha kampung sasirangan terhadap lembaga perbankan syariah dalam pemberian modal UKM.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Annisa Fitri menunjukkan bahwa informan yang berpandangan baik terhadap pemberian modal usaha kecil dan menengah UKM oleh perbankan syariah karena merupakan perbankan yang dalam pengelolaannya berprinsipkan islam dan informan yang berpandangan bahwa perbankan syariah dan konvensional menurut mereka sama saja, artinya sama-sama berbunga dalam peminjaman.<sup>8</sup>

3. **Fitri Mayasari**, (2010) meneliti tentang “Persepsi Nasabah Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Perbankan Syariah Terhadap Bentuk-Bentuk Pembinaan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Solo)”. Perkembangan lembaga keuangan yang menjalankan praktik bisnisnya dengan berlandaskan prinsip syariah di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, hal ini di tandai

---

<sup>8</sup> Annisa Fitri, *Persepsi Pengusaha Kain Sasirangan Terhadap Pemberian Modal Usaha Kecil Menengah (Ukm) Oleh Lembaga Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Kampung Sasirangan Kota Banjarmasin)*, Banjarmasin, Institut Agama Islam Negeri Antasari, 2016

dengan semakin bertambahnya jumlah dan beragamnya jenis lembaga yang menggunakan prinsip syariah misalnya bank syariah, pegadaian syariah dan asuransi syariah. Peran bank syariah dalam pembinaan dan pengembangan koperasi dan UMKM memang sangat dibutuhkan, hal ini bertujuan untuk meningkatkan fungsi dan perannya sebagai bagian integral dalam perekonomian nasional. Pemberdayaan ini merupakan isu nasional yang sampai saat ini belum juga terpecahkan secara optimal. Kesempatan dalam pengembangan dan pembinaan tersebut sangat terbuka bagi perbankan syariah dalam pengelolaan UMKM melalui sistem bagi hasil.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yang bertujuan untuk melukiskan atau medeskripsikan suatu variabel atau kondisi-kondisi sesuatu yang nyata, sehingga dapat diketahui tentang status sesuatu. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menggambarkan bagaimana persepsi nasabah UMKM perbankan syariah terhadap bentuk-bentuk pembinaan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia.

Hasil dari penelitian deskriptif menunjukkan bahwa upaya pembinaan nasabah yang telah dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia mendapat tanggapan yang baik dari nasabah. Pembinaan melalui proses pemberian bimbingan yang telah dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia memberikan manfaat untuk nasabah dan dapat dibuktikan dengan banyaknya

nasabah yang memberikan tanggapan baik terhadap upaya yang telah dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia

4. **Aliya Khairunnisa**, (2018) meneliti tentang “Revitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPW BI) Provinsi Kalimantan Tengah”. Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sangat bisa dirasakan manfaatnya seiring dengan pesatnya pertumbuhan ekonomi. Dimana Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada umumnya berkemampuan dalam meningkatkan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja sehingga sangat mendukung dan memiliki peran strategis dalam mewujudkan pemerataan hasil pembangunan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengabsahan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik triangulasi sumber dan triangulasi teori.

Hasil penelitian menunjukkan perkembangan UMKM di kota Palangka Raya masih mengalami berbagai permasalahan, masalah yang hingga kini masih menjadi kendala dalam pengembangan UMKM diantaranya

permasalahan modal, rendahnya kualitas SDM, masalah pemasaran, perizinan, terbatasnya sarana prasarana serta rendahnya minat beli masyarakat.<sup>9</sup>

5. **Rika Devi Kurniasari**, (2018) Meneliti Tentang “Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Produk Kerajinan Enceng Gondok “AKAR”). Selama ini pembeli hasil kerajinan enceng gondok “AKAR” mengalami kejenuhan terutama akan model, bentuk dan asesorisnya. Sehingga membuat kerajinan enceng gondok “AKAR” belum memiliki keunggulan bersaing karena belum mampu menjangkau pasar ekspor dan dalam negeri secara lebih luas.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan jenis penelitian survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpulkan dari responden di dapatkan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil dari penelitian ini adalah inovasi produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.<sup>10</sup>

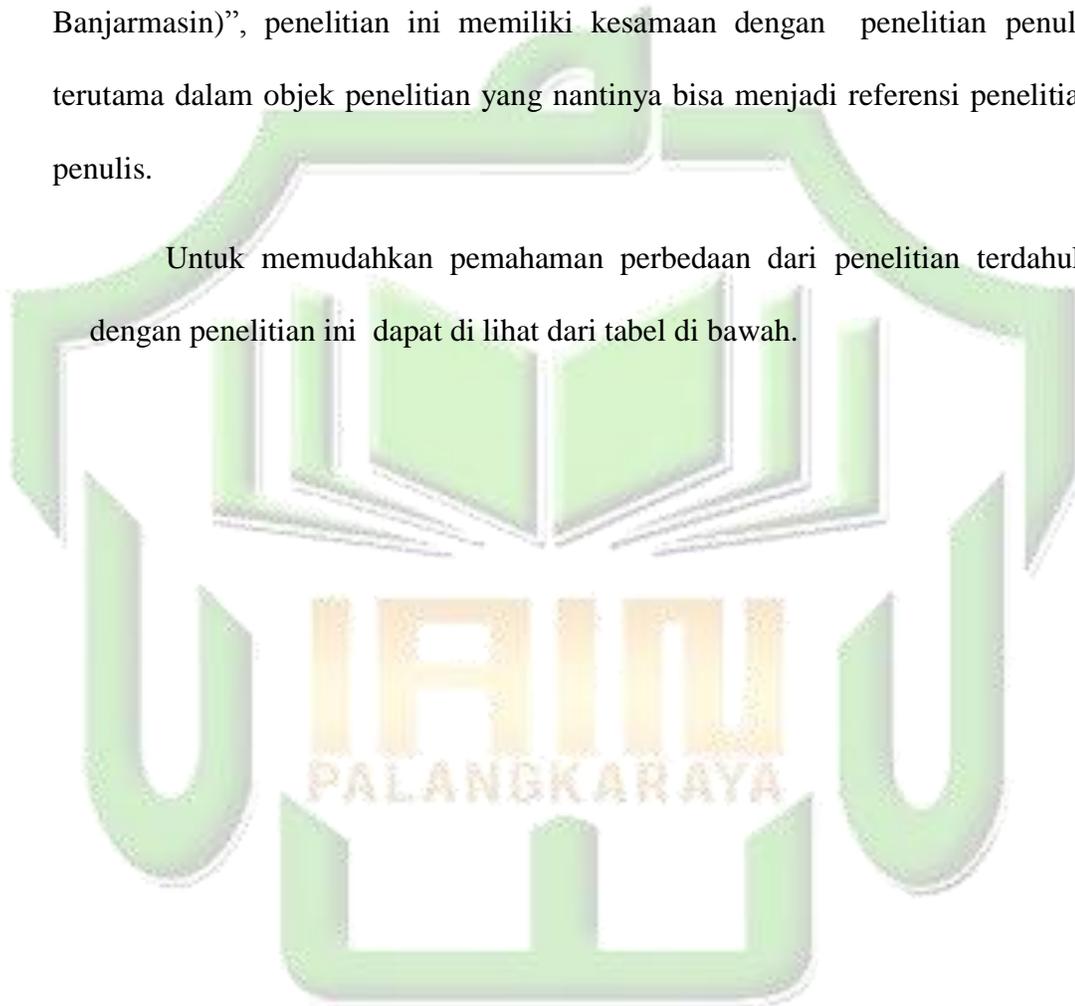
---

<sup>9</sup> Aliya Khairunnisa, *Revitalisasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPW BI) Provinsi Kalimantan Tengah*, Palangkaraya, Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya, 2018, h. 110

<sup>10</sup> Rika Devi Kurniasari, *Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Produk Kerajinan Enceng Gondok “AKAR”)*, Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018, h. 93

Penelitian ini memiliki hubungan dengan penelitian terdahulu terutama penelitian yang dilakukan oleh Annisa Fitri yang meneliti Persepsi Pengusaha Kain Sasirangan Terhadap Pemberian Modal Usaha Kecil Menengah (UKM) Oleh Lembaga Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Kampung Sasirangan Kota Banjarmasin)”, penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis terutama dalam objek penelitian yang nantinya bisa menjadi referensi penelitian penulis.

Untuk memudahkan pemahaman perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini dapat di lihat dari tabel di bawah.



**Tabel 2.1**  
**Perbandingan Penelitian Terdahulu**

Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
<b>Erra Fazira,</b> (2018)	Persepsi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Tentang Akuntansi (Studi Kasus UMKM Kec. Tanjung Balai Selatan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku UMKM lebih mengutamakan pengalaman mereka dibandingkan harus mempelajari akuntansi.	Penelitian yang berkaitan dengan persepsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	Subjek penelitian ini adalah tentang akuntansi sedangkan peneliti tentang Rumah Kemas
Aliya Khairunni sa, (2018)	Revitalisasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPW BI) Provinsi Kalimantan Tengah.	Hasil penelitian menunjukan perkembangan UMKM di kota Palangka Raya umumnya masih mengalami berbagai permasalahan.	Menunjukkan perkembangan UMKM di kota Palangkaraya	Penelitian ini berkaitan dengan revitalisasi usaha melalui program Sosial Bank Indonesia (PSBI) Sedangkan penelitian penulis tentang persepsi pengusaha UKM terhadap Peran Rumah Kemas.
<b>Annisa Fitri,</b> (2016)	Persepsi Pengusaha Kain Sasirangan Terhadap Pemberian Modal Usaha Kecil Menengah (UKM) Oleh Lembaga Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Kampung Sasirangan Kota	Hasil penelitian ini yaitu bahwa informan yang berpandangan baik terhadap pemberian modal usaha kecil dan menengah UKM oleh perbankan syariah karena merupakan perbankan yang berprinsipkan islam	Persepsi Pengusaha UKM sebagai objek dalam penelitian	Subjek penelitian ini adalah pemberian modal UKM sedangkan penulis meneliti peran rumah kemas sebagai objek dalam penelitian.

	Banjarmasin)	dalam pengelolaannya		
<b>Rika Devi Kurniasari (2018)</b>	Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Produk Kerajinan Enceng Gondok “AKAR”).	Hasil penelitian ini yaitu inovasi produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.	Kualitas produk menjadi faktor dalam keunggulan bersaing	Dalam penelitian ini inovasi produk di gunakan sebagai objek yang mempengaruhi keunggulan bersaing sedangkan penulis menggunakan produk sebagai objek yang dapat mempengaruhi persepsi pengusaha UKM.
<b>Fitri Mayasari, (2010)</b>	Persepsi Nasabah Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Perbankan Syariah Terhadap Bentuk-Bentuk Pembinaan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Solo)	Hasil dari penelitian deskriptif menunjukkan bahwa melalui kegiatan pemberian bimbingan, bantuan perkuatan permodalan, dan upaya meningkatkan kemampuan nasabah UMKM sangat bermanfaat bagi nasabah.	Objek penelitiannya adalah persepsi dari pengusaha	Subjek penelitian ini adalah bentuk pembinaan nasabah sedangkan penulis menggunakan peran rumah kemas sebagai objek penelitian.

Sumber: Diolah Peneliti Tahun 2020

## B. Kajian Teori

### 1. Persepsi

#### a. Pengertian Persepsi

Persepsi (dari bahasa latin *perceptio*, *percipio*) adalah tindakan mengenali, menyusun dan menafsirkan informasi sensoris guna memeberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Secara terminologi pengertian persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal yang bisa dilakukan melalui pengindraan.<sup>11</sup> Persepsi merupakan proses akhir dari pengamatan yang diawali melalui proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh alat indera, kemudian individu ada perhatian, lalu diteruskan ke dalam otak dan kemudian individu menyadari tentang sesuatu yang dinamakan persepsi.

Menurut Sarlito Wirawan Sarwono, persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan, kemampuan tersebut antara lain: kemampuan untuk membedakan, mengelompokan, dan kemampuan untuk memfokuskan. Oleh sebab itu seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda meskipun objeknya sama. Hal itu bisa

---

<sup>11</sup> Mohammad Asrori, *Psikologi Pembelajaran*, Bandung: CV Wacana Prima, 2009, h.21

terjadi karena adanya perbedaan dalam hal sistem nilai dan ciri kepribadian dalam setiap individu yang bersangkutan.<sup>12</sup>

#### b. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang menurut Miftah Toha adalah:

- 1) Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai, kebutuhan, dan motivasi.
- 2) Faktor eksternal: pengetahuan, informasi yang diperoleh, kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

Faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang adalah:

- 1) Frame of Reference, yaitu kerangka pengetahuan yang dimiliki dan dipengaruhi oleh pendidikan, bacaan, penelitian, dll.
- 2) Frame of Experience, yaitu berdasarkan pengalaman yang pernah dialami yang tidak terlepas dari keadaan lingkungan sekitarnya.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Sarlito Sarwono Wirawan, *Pengantar Umum Psikologi*, Jakarta : PT. Bulan Bintang, 1983, h.89

<sup>13</sup> Miftah Toha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: Grafindo Persada, 1999, h.154-156

## 2. Pengusaha

Menurut bahasa, pengusaha adalah orang yang menjalankan bagian dari suatu usaha. Sedangkan menurut istilah pengusaha adalah seseorang yang mampu mengendalikan atau menjalankan sebuah bisnis yang berupa suatu organisasi besar maupun kecil yang berperan dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan organisasi atau bidang usaha yang bersangkutan.<sup>14</sup>

Pengusaha juga harus merencanakan suatu struktur organisasi yang terdiri dari aturan-aturan yang dinamis dan sistematis, yang saling berhubungan dengan pelaksanaan yang terstandarisasi dan dalam suasana kerja yang tepat dan kondusif. Selain itu seorang pengusaha adalah seseorang yang harus siap dalam memberikan pendidikan dan pelatihan bagi para pekerja sehingga mereka dapat melaksanakan tugasnya sesuai dengan metode pengetahuan yang baku.

Surat Al-Baqarah Ayat 88

وَقَالُوا قُلُوبُنَا غُلْفٌ ۚ بَلْ لَعَنَهُمُ اللَّهُ بِكُفْرِهِمْ فَقَلِيلًا مَّا يُؤْمِنُونَ

Artinya :

---

<sup>14</sup> M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, Medan, Indeks, 2012, h. 239

“Dan mereka berkata: “Hati kami tertutup”. Tetapi sebenarnya Allah telah mengutuk mereka karena keingkaran mereka; maka sedikit sekali mereka yang beriman.”<sup>15</sup>

Penjelasan di atas menyimpulkan bahwa pengusaha yang baik adalah seorang yang menjalankan usaha sesuai dengan prinsip akhlak jual beli dalam Islam. Ada enam asas prinsip yang setidaknya menjadi landasan seorang pengusaha dalam akhlak berjual beli, antara lain:<sup>16</sup>

- a. *Ukhwah* atau persaudaraan. Bahwa setiap aktivitas jual beli harus dilakukan berdasarkan kepentingan dan kemanfaatan semua pihak yang dilakukan secara gotong royong dan tolong menolong sehingga mendapatkan keuntungan diatas kerugian orang lain merupakan tindakan zalim dan tidak dibenarkan.
- b. *Adl* atau keadilan yang berarti dalam melakukan bisnis harus sesuai dengan aturan dan ketentuan syariat. Karena dengan berpedoman kepada ketentuan syariat dapat melahirkan keadilan dimana dapat menempatkan sesuatu pada tempatnya dan menggunakan sesuatu sesuai dengan fungsi yang sebenarnya.
- c. *Maslahah* atau kemaslahatan. Adalah dasar dalam menentukan dalam boleh atau tidaknya suatu jual beli yang dilakukan. Artinya dalam jual beli yang dilakukan harus membawa atau menghasilkan kebaikan bagi

---

<sup>15</sup> Al-Baqarah[2]:88.

<sup>16</sup> Muhammad Sadi, *Ekonomi Islam*, Malang: Empat dua, 2016, h. 62-63

seluruh manusia dan tidak merusak alam. Artinya jual beli tidak boleh mendatangkan kemudharatan atau segala hal yang merugikan.

- d. *Tawazun* atau keseimbangan, yang berarti aktifitas jual beli harus dilakukan secara seimbang dengan ukuran yang berorientasi pada dunia dan akhirat. Produksi harus seimbang dengan konsumsi dan distribusi, serta menolak dengan tegas konsep *laissez faire* dan *invisible*.
- e. *Responsibility* atau tanggung jawab, yang berarti segala aktifitas jual beli harus atas dasar tanggung jawab. Prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkup, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat, antara masyarakat dan masyarakat lain, serta antara dunia dan akhirat.

### **3. Usaha Kecil Menengah (UKM)**

#### **a. Pengertian UKM**

Pengertian mengenai usaha kecil dan menengah (UKM) yang didasarkan pada Undang-Undang No. 9 tahun 1995 Tentang Usaha Kecil berisikan bahwa UKM merupakan usaha kecil menengah yang merupakan suatu kegiatan ekonomi rakyat bersekala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana seperti yang diatur dalam undang-undang. Menurut Badan

Pusat Statistik (BPS), industri kecil adalah usaha industri yang hanya melibatkan tenaga kerja antara 5 sampai dengan 19 orang.

Kekayaan bersih atau hasil penjualan dari jenis usaha kecil memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha berdiri sendiri, bukan merupakan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar. Apabila dihitung dalam skala tahunan, UKM memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000.<sup>17</sup>

Jumlah UKM yang semakin meningkat dan jauh melampaui jenis usaha yang lebih besar ternyata UKM memiliki keunggulan di banding dengan usaha lain. Beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut.

1. Inovasi teknologi dalam pengembangan produk sangat mudah di lakukan.
2. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
3. Kemampuan dalam menciptakan kesempatan kerja dan penyerapannya terhadap tenaga kerja cukup banyak.

---

<sup>17</sup> Tirta.id, *Kenali Perbedaan UKM dengan UMKM Dari Segi Omset dan Aset*, Di akses dari <https://tirta.id/kenali-perbedaan-ukm-dengan-umkm-dari-segi-omset-dan-aset-ev4x>, pada 10 November 2020 pukul 01:01.

4. Fleksibel dalam hal kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang dapat berubah dengan cepat lebih baik dibanding dengan perusahaan besar pada umumnya birokrasi.
5. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.<sup>18</sup>

#### b. Klasifikasi UKM

UKM dapat di klasifikasikan berdasarkan perkembangannya menjadi empat kelompok yaitu :<sup>19</sup>

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan UKM yang digunakan untuk kesempatan kerja dalam mencari nafkah, atau lebih dikenal sebagai sektor informal seperti pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Interprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dinamic Interprise*, merupakan UKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub kontrak dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Interprise*, merupakan UKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan akan menjadi usaha besar.

#### c. Peran Usaha Kecil Menengah (UKM)

---

<sup>18</sup> Tiktik Sartika Partomo dan Abd. Rachman Soejoedono, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h. 13.

<sup>19</sup> Rio F. Wilantara dan Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*, Bandung, PT Refika Aditama, 2016, h. 67

Berikut adalah beberapa peran penting Usaha Kecil Menengah (UKM) yaitu:

1) Menyerap Banyak Tenaga Kerja

Dengan adanya perkembangan usaha kecil menengah akan memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan jumlah tenaga kerja dan pengurangan jumlah kemiskinan.

2) Pemerataan Distribusi Pembangunan

Perkembangan UKM yang baik akan mendorong terjadinya pemerataan dalam distribusi pendapatan dan juga pemerataan pembangunan, sehingga akan mengurangi diskriminasi spasial antara kota dan desa.

3) Pemerataan Dalam Distribusi Pendapatan

Pengembangan UKM yang melibatkan banyak tenaga kerja pada akhirnya akan mempertinggi daya beli. Hal ini terjadi karena pengangguran berkurang dan adanya pemerataan pendapatan yang pada gilirannya akan mengentaskan kemiskinan apalagi dengan UKM yang sangat kompetitif dengan pola pasar hampir sempurna, tidak ada monopoli dan mudah dimasuki.<sup>20</sup>

d. Masalah Yang Dihadapi UKM

---

<sup>20</sup> Darwanto, *Membangun Daya Saing Ukm Dalam Perekonomian Nasional*, Universitas Diponegoro, Semarang, Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan. Vol. 2. No. 1 (2011).

Di balik peran UKM yang sangat besar bagi masyarakat maupun perekonomian nasional ternyata UKM memiliki permasalahan tersendiri. Setyo budi membagi permasalahan UKM dalam tiga kategori yaitu :

- 1) Permasalahan yang bersifat klasik dan mendasar pada UKM (*basic problems*), yaitu berupa permasalahan modal, bentuk badan hukum yang umumnya non formal, SDM, pengembangan produk dan akses pemasaran.
- 2) Permasalahan lanjutan (*advanced problems*), yaitu pengenalan dan penetrasi pasar ekspor yang belum optimal, kurangnya pemahaman terhadap desain produk yang sesuai dengan karakter pasar.
- 3) Permasalahan antara (*intermediate problems*), yaitu permasalahan dari instansi terkait untuk menyelesaikan masalah dasar agar mampu menghadapi persoalan lanjutan secara lebih baik. Permasalahan tersebut di antaranya adalah dalam hal manajemen keuangan, agunan dan keterbatasan dalam kewirausahaan.<sup>21</sup>

e. Perkembangan Usaha

Perkembangan usaha adalah aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan atau mengembangkan sumber daya yang ada menjadi barang atau jasa yang di inginkan konsumen.

---

<sup>21</sup> Musran Munizu, *Strategi Peningkatan Kinerja Dan Peran Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Pengolah Produk Berbasis Pangan*, Universitas Hasanuddin, Makassar, Journal of Management and Business, Vol 12, No 1 (2013).

Menurut UU tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 1 butir 10, pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan meningkatkan kemampuan daya saing usaha.<sup>22</sup>

Menurut Purwati perkembangan adalah wujud keberhasilan dalam berusaha yang di tandai dengan meningkatnya penjualan, kemampuan berinovasi dan dapat mengambil peluang yang ada, dan mampu bersaing. Untuk melihat bagaimana perkembangan suatu usaha, dapat menggunakan beberapa faktor. Menurut *Shanmugam and Bhaduri* pertumbuhan usaha dapat di lihat dari beberapa faktor yaitu :<sup>23</sup>

- 1). Pertumbuhan Produksi
- 2). Pertumbuhan Penjualan
- 3). Pertumbuhan Pendapatan
- 4). Pertumbuhan Laba

---

<sup>22</sup> Rio F. Wilantara dan Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*, Bandung, PT Refika Aditama, 2016, h.398

<sup>23</sup> Widiya Dewi dan Mega M.C, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Sektor Industri Pengolahan Di Kota Malang*, STIE ASIA Malang, Malang, Jibeka Vol 11, No 2, (2017)

#### 4. Rumah Kemasan

Rumah Kemasan yang didirikan pada tahun 2014 adalah pelayanan jasa milik pemerintah provinsi Kalimantan Tengah yang dibentuk kelembagaan UPT Industri Makanan, Minuman dan kemasan. Di bentuk oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian provinsi Kalimantan Tengah dengan berdasarkan peraturan Gubernur No. 18 Tahun 2015 pada 10 Mei 2015 serta Peraturan Daerah tentang Retribusi Jasa Usaha No. 4 Tahun 2019, yang diharapkan mampu menjadi pendorong bagi UKM di Kalimantan Tengah.

Di berdirikannya Rumah Kemasan oleh Disperindag Kalteng adalah untuk melayani masyarakat yaitu dengan meningkatkan inovasi sektor industri dan perdagangan untuk menggerakkan dan memfasilitasi kegiatan pembangunan ekonomi masyarakat di Kalimantan Tengah yang bersinergi dan berkelanjutan seperti yang tertuang pada visi dari rumah kemasan itu sendiri.

Dengan meningkatnya sektor industri dan perdagangan maka akan sangat banyak manfaat yang akan diperoleh terutama untuk mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Disperindag Kalteng melalui Rumah Kemasan meyakini bahwa sektor industri dan perdagangan sangat berperan penting dalam ekonomi nasional seperti halnya sektor swasta dan pemerintahan. Dengan didirikannya Rumah

Kemasan adalah cara untuk meningkatkan pengetahuan serta pemahaman masyarakat terutama dalam hal pembuatan produk makanan dan minuman yaitu dengan :

- a. Meningkatkan kualitas pembuatan kemasan dan minuman.
- b. Meningkatkan tampilan produk melalui packaging, identitas merek, labelling, trend kemasan, logo dan etikat.
- c. Meningkatkan kualitas produksi, harga jual produk dan efisiensi serta meningkatkan pertumbuhan IKM.
- d. Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pelaku usaha melalui kegiatan pelatihan.
- e. Meningkatkan promosi produk.<sup>24</sup>

### **C. Kerangka Pikir**

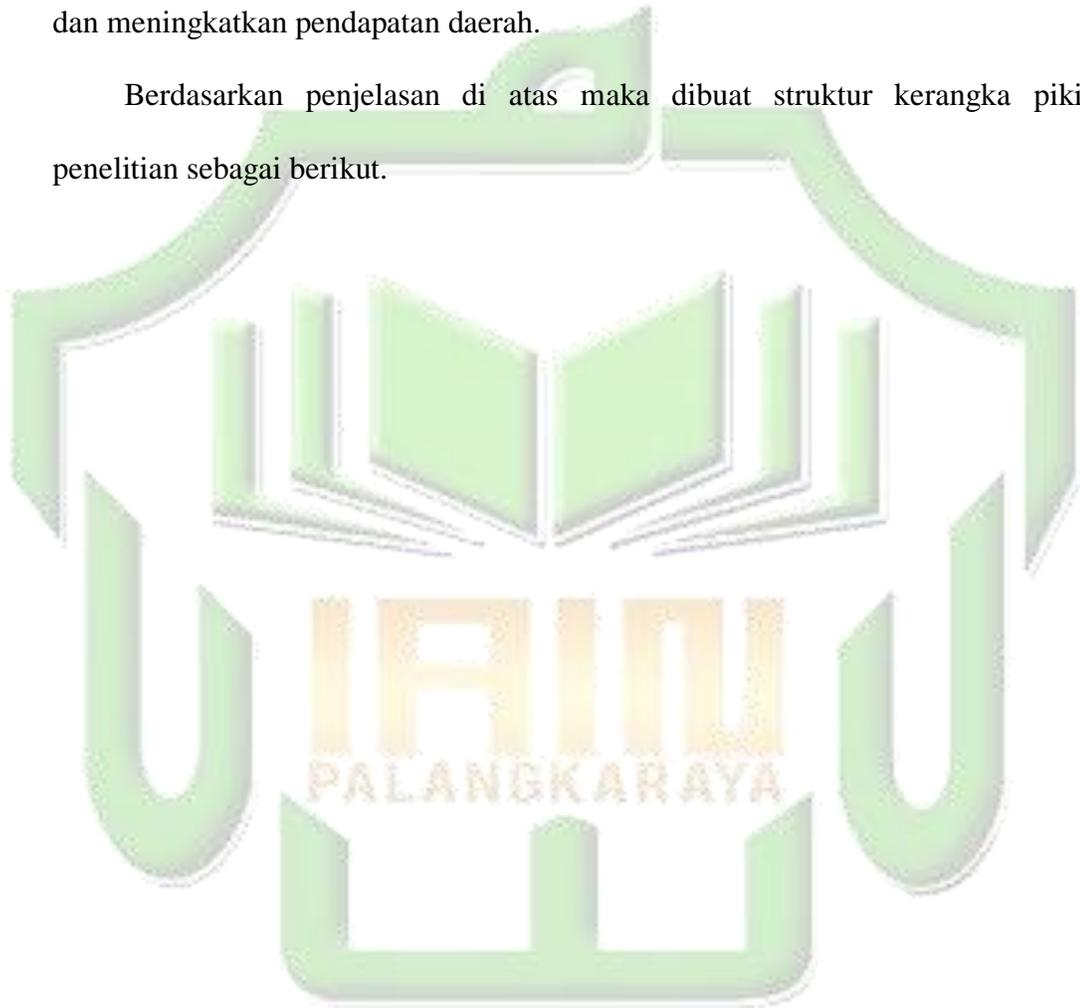
Judul yang diangkat peneliti adalah persepsi pengusaha UKM di kota palangkaraya terhadap peran rumah kemasan. Usaha Kecil Menengah pada dasarnya mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Namun para pelaku UKM tidak jarang mendapat permasalahan yang muncul di antaranya seperti terbatasnya SDM, sarana dan prasarana serta terbatasnya produk sehingga dalam hal produksi ataupun penjualan masih kalah bersaing dengan usaha yang lebih besar yang bisa memproduksi dan menjual lebih banyak hasil produksi. Rumah Kemasan hadir

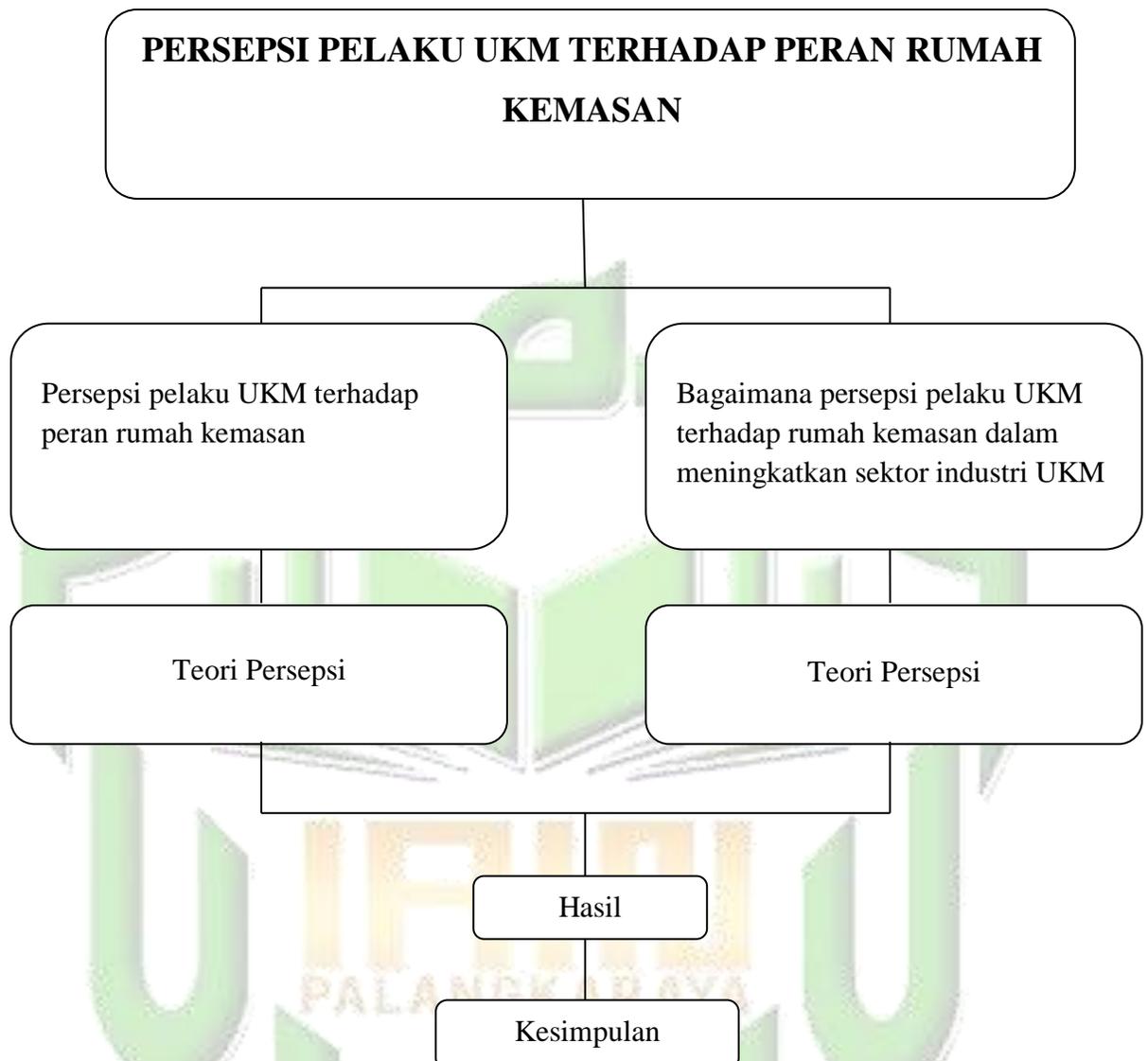
---

<sup>24</sup> Wawancara dengan Ramida di Rumah Kemasan Palangka Raya, 2 September 2021.

untuk mengatasi atau mengurangi permasalahan yang ada terutama dalam meningkatkan penjualan ataupun produksi dalam sektor industri dan perdagangan. Dengan begitu sektor industri UKM akan dapat bersaing dengan usaha yang lebih besar, sehingga bisa memberikan manfaat kepada masyarakat dan meningkatkan pendapatan daerah.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dibuat struktur kerangka pikir penelitian sebagai berikut.





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data yaitu berupa kata tertulis atau secara lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada yaitu keadaan menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.<sup>25</sup>

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

##### **1. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan informasi atau data dilaksanakan setelah dikeluarkannya izin penelitian, terhitung dari 09 Agustus-09 Oktober 2021.

---

<sup>25</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003, h. 309.

## 2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Palangka Raya, terkhusus kepada pelaku UKM yang menggunakan jasa Rumah Kemasan dengan kriteria yang sudah di tentukan oleh peneliti.

### C. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel penelitian yang merupakan inti dari problematika penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah persepsi pelaku UKM. Sedangkan subjek penelitiannya adalah benda, tempat, orang atau data untuk variabel penelitian.<sup>26</sup> Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku UKM dan kepala kantor Rumah Kemasan provinsi Kalimantan Tengah yang menangani konsumen secara langsung. Pelaku UKM yang di gunakan sebagai subjek penelitian diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.<sup>27</sup>

Penentuan subjek dalam penelitian dilakukan terhadap pelaku UKM yang memiliki beberapa kriteria diantaranya;

1. pelaku UKM yang menggunakan jasa Rumah Kemasan.
2. data di ambil dari 2 tahun terakhir.
3. pembelian lebih dari 5 kali

---

<sup>26</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Edisi Revisi, Jakarta: Rineka Cipta, 2005, h. 116

<sup>27</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 54.

4. berdomisili di kota Palangka Raya, dan
5. mau di wawancarai

Berdasarkan kriteria di atas peneliti mendapatkan data subjek seperti pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.1**  
**Data Subjek Penelitian**

NO	Nama	Merek/Industri	Alamat	Intensitas Pembelian
1	Ar	Berkat Uhat Kayu	Jl. Mendawai Kompleks Sosial P.Raya	23
2	Kk	Borneo Queen	Jl. MH. Thamrin No.16 P.Raya	14
3	Sr	Mama Fadil	Jl. Hiu Putih VII GG Lais P.Raya	11
4	Gr	Griya Berkah Indah	Jl. Gurame II No.12	6
5	Gn	Rose Cake	Jl. Merpati No.68 P.Raya	6

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini pengumpulan data di lakukan dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi.

##### **1. Observasi**

Menurut S. Margono, observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek

penelitian. Pengamatan dan pencatatan ini dilakukan terhadap objek yang berada di tempat berlangsungnya peristiwa.<sup>28</sup>

Observasi dalam penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana gambaran subjek yang akan di teliti dan melihat produk dari Rumah Kemasan sekaligus bagaimana pengusaha UKM menggunakan jasa Rumah Kemasan. Dalam hal ini observasi yang di lakukan di rumah kemasan adalah dengan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan produk seperti proses mendesain kemasan, pencetakan produk, daftar contoh produk yang siap di produksi dan lain sebagainya. Sedangkan obsrvasi pada pelaku UKM adalah dengan mengamati usaha yang di lakukan oleh pelaku UKM, produk dari usaha dan lainnya.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan langsung dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada si peneliti. Wawancara ini dapat dipakai untuk melengkapi data yang diperoleh dari observasi.<sup>29</sup>

Wawancara di lakukan secara langsung dengan subjek yang akan di ambil informasinya dalam hal ini adalah pelaku UKM dengan kepala kantor

---

<sup>28</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Edisi Revisi, h. 179

<sup>29</sup> Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004, h. 64

rumah kemasan. Wawancara dengan pelaku UKM adalah dengan menanyakan secara langsung tentang bagaimana kondisi usahannya, perkembangan usahannya dan persepsi pelaku terhadap peran Rumah Kemasan. Sedangkan wawancara dengan kepala Rumah Kemasan adalah dengan menanyakan secara langsung tentang jumlah produk yang di hasilkan, produk yang paling banyak di minati, kendala produksi dan lainnya.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono yaitu catatan peristiwa yang telah terjadi, bisa berbentuk tulisan, gambar ataupun karya seseorang. Dengan kata lain, dokumen adalah sumber informasi yang berbentuk bukan manusia (*non human resources*) menurut Nasution, baik foto maupun bahan statistik.<sup>30</sup>

Di dalam penelitian ini dokumen yang terkait dengan program Rumah Kemasan dan UKM di dapatkan berupa kabar berita, website, gambar dan dokumen-dokumen lainnya.

Dokumentasi yang di lakukan pada pelaku UKM adalah dengan melihat atau mengambil gambar tentang catatan pembelian produk kemasan, tempat pelaku membuka usaha dan lainnya. Sedangkan dokumentasi pada Rumah Kemasan adalah dengan melihat atau mengambil gambar dari proses mendesain kemasan, pencetakan produk, daftar contoh produk yang siap di produksi dan lain sebagainya.

---

<sup>30</sup> Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 94.

## E. Pengabsahan Data

Pengabsahan data merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk menjamin agar semua data yang diteliti sesuai dengan yang asli hal tersebut dilakukan untuk memelihara dan menjamin agar data yang berhasil dikumpul adalah benar. Keabsahan data yang peneliti gunakan adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan untuk proses pengecekan atau membandingkan data lain di luar data itu. Menurut Denzin yang dikutip Meleong teknik triangulasi dibagi menjadi empat macam yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi penyidik dan triangulasi teori.<sup>31</sup>

Teknik pengabsahan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek ulang suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Hal itu dapat dicapai dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

---

<sup>31</sup> Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja RosdaKarya, 2002, hal. 178

## F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan teknik analisis data yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman yaitu :

1. *Data Collection* (Pengumpulan data), pada saat wawancara, penulis sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Dilakukannya pengumpulan semua data yang berhubungan dengan kajian penelitian ini sebanyak mungkin oleh penulis.
2. *Data Reduction* (Reduksi Data), mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, data yang diperoleh dianggap kurang valid akan dihilangkan dan tidak dimasukkan kedalam pembahasan.
3. *Data Display* (Penyajian Data), setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Pada penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk bagan, uraian singkat, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.
4. *Conclusion Drawing/Verification*, dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang dikemukakan di awal masih bersifat sementara, dan akan

berubah jika tidak ditemukannya bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.<sup>32</sup>

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini, terdiri dari 5 bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan, dalam bab ini dijelaskan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan manfaat penelitian.

BAB II Kajian Pustaka, pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori sebagai kerangka acuan pemikiran dalam pembahasan masalah yang diteliti sebagai dasar analisis yang diambil dari berbagai literatur. Selain berisi landasan teori, bab ini juga meliputi penelitian yang terkait dengan penelitian ini.

BAB III Metode Penelitian, pada bab ini dijelaskan mengenai cara yang dipilih untuk memperoleh jawaban atas permasalahan, waktu dan tempat penelitian, jenis pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, pengabsahan data, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB IV Penyajian dan Analisis Data, bab ini berisi hasil pengolahan data dan sejumlah informasi yang dihasilkan dari pengolahan data, sesuai dengan metode (alat) yang dipergunakan dalam BAB III tentang metode penelitian.

BAB V Penutup, terdiri atas kesimpulan dan saran.

---

<sup>32</sup> Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003, hal. 69-70.

**BAB IV**  
**PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

**A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

**1. Gambaran Umum Kota Palangka Raya**

Kota Palangka Raya secara resmi ditetapkan sebagai Ibu Kota Provinsi Kalimantan Tengah pada tanggal 17 Juli 1957 dengan luas wilayah mencapai 2.678,51 Km<sup>2</sup> (267.851 Ha). Berdasarkan Perda No. 32 tahun 2002 Kota Palangkaraya secara administratif dibagi menjadi 5 kecamatan dan 30 kelurahan. Pada wilayah Kota Palangkaraya terdapat 5 (lima) kecamatan, dengan luas kecamatan masing-masing yaitu :

**Tabel 4.1**

**Daftar Nama Kecamatan dan Luas Wilayah di Kota Palangka Raya**

NO	Nama Kecamatan	Luas Wilayah	Persentase (%)
1	Pahandut	117,25 Km <sup>2</sup>	4,4
2	Jekan Raya	352,62 Km <sup>2</sup>	13,2
3	Bukit Batu	572,00 Km <sup>2</sup>	21,3

4	Sabangau	583,50 Km2	21,8
5	Rakumpit	1.053,15 km2	39,3
Total		2.678,51 Km2	100

Dengan luas total 2.678,51 Km<sup>2</sup> (267.851 Ha) Kota Palangka Raya terbagi meliputi hutan 2.485,75 km<sup>2</sup>, pertanian 12,65 km<sup>2</sup>, perkampungan 45,54 km<sup>2</sup>, perkebunan 22,30 km<sup>2</sup>, sungai dan danau 2,86 km<sup>2</sup> dan yang lainnya 69,41 km<sup>2</sup>.<sup>33</sup>

Jika di lihat secara administratif Kota Palangka Raya berbatasan langsung dengan beberapa kabupaten di antaranya, bagian selatan dan timur berbatasan langsung dengan Kabupaten Pulang Pisau, bagian barat berbatasan langsung dengan Kabupaten Katingan dan bagian utara berbatasan langsung dengan Kabupaten Gunung Mas.

## 2. Kondisi UMKM di Kota Palangka Raya

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di seluruh Indonesia diperkirakan jumlahnya mencapai sekitar 64 juta menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2020. Menjadi penopang perekonomian Indonesia tentunya keberadaan UMKM sangat penting dan keberadaanya harus di akui,

<sup>33</sup> Badan Pusat Statistik (BPS), Kota Palangka Raya, 2009.

terutama di pedesaan yang jauh dari sentuhan fasilitas-fasilitas yang layak untuk berkembangnya bisnis, seperti sistem telekomunikasi dan informasi, sarana pendidikan, listrik, transportasi, pelabuhan, bank, dan lain-lain. Tentunya keberadaan 64 juta UMKM di Indonesia merupakan hal yang positif sekaligus sebagai salah satu penunjang ekonomi dalam hal membuka lapangan pekerjaan.

Pada tahun 2020 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Kalimantan Tengah mencapai 40,623 unit yang tersebar di 14 Kabupaten. Jumlah tersebut meliputi dari beberapa bidang yang di antaranya adalah kuliner, industri pengolahan, pertanian pertambangan, angkutan, bangunan/konstruksi, persewaan dan jasa.

Di kota Palangka Raya, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada tahun 2020 jumlahnya mencapai 7.296 unit. Jumlah tersebut tersebar di 5 kecamatan yang ada di kota Palangka Raya yaitu kecamatan Pahandut, Jekan Raya, Sebangau, Rakumpit, dan Bukit Batu. Bentuk usaha yang dimiliki oleh masyarakat kota Palangka Raya juga sangat beragam yaitu diantaranya ialah usaha rumah makan, industri pengolahan, perkebunan, perikanan, angkutan, persewaan, jasa dan lainnya.

Sebagai usaha ekonomi produktif yang berbasis ekonomi kerakyatan UMKM di akui memiliki peran yang sangat penting dalam hal pembangunan di kota Palangka Raya terutama pada aspek ketersediaan kebutuhan rakyat, peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja. Hal seperti itu

seharusnya mendapat perhatian khusus dari pemerintah agar menjadi sumber potensi yang dapat menjanjikan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama pelaku usaha UMKM, untuk mewujudkan itu perlu informasi sebagai bahan proses perencanaan berbagai kegiatan dalam rangka pemberdayaan dan pengembangan sektor usaha produktif di kota Palangka Raya.<sup>34</sup>

### 3. Profil Rumah Kemasan

Rumah Kemasan berlokasi di Jl. Temanggung Tilung XVI, Menteng, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah 73112. Rumah kemasan yang di resmikan langsung oleh Gubernur Teras Narang, S.H pada 19 Mei 2014 adalah pelayanan jasa milik pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah yang di bentuk kelembagaan UPT industri makanan, minuman dan kemasan yang dibentuk melalui Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disperindag) Provinsi Kalimantan Tengah. Dibentuknya Rumah Kemasan berdasarkan Peraturan Gubernur No. 18 tahun 2015 pada 10 Mei 2015 serta Peraturan Daerah tentang Retribusi Jasa No.4 tahun 2019.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Pemerintah Kota Palangka Raya, *Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Palangka Raya Tahun 2017*, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Palangk Raya, 2017, h.1.

<sup>35</sup> Observasi Rumah Kemasan, 2 September 2021.

a. Visi dan Misi Rumah Kemasan

Misi Rumah Kemasan adalah meningkatkan inovasi sektor industri dan perdagangan untuk mengerakkan dan memfasilitasi kegiatan pembangunan ekonomi rakyat Kalimantan Tengah.

Sedangkan Visi Rumah Kemasan dalam meningkatkan pelayanan publik diantaranya adalah.

- 1) Meningkatkan pembinaan dibidang industri makanan, minuman dan kemasan.
- 2) Meningkatkan pengembangan teknologi di bidang industri makanan, minuman dan kemasan.
- 3) Meningkatkan kegiatan pelayanan teknis dibidang industri makanan, minuman dan kemasan.
- 4) Meningkatkan bimbingan teknologi industri makanan, minuman dan desain kemasan.

b. Bentuk Layanan Rumah Kemasan

Berikut adalah beberapa bentuk layanan yang bisa di dapatkan dari rumah kemasan yaitu:

- 1) Konsultasi desain, desain dan redesain kemasan desain kemasan sangat penting dalam menunjang popularitas produk, serta dapat meningkatkan harga jualnya.
- 2) Pembuatan logo/merk dagang logo/merk dagang merupakan identitas atau penanda sebuah produk supaya mudah dikenali

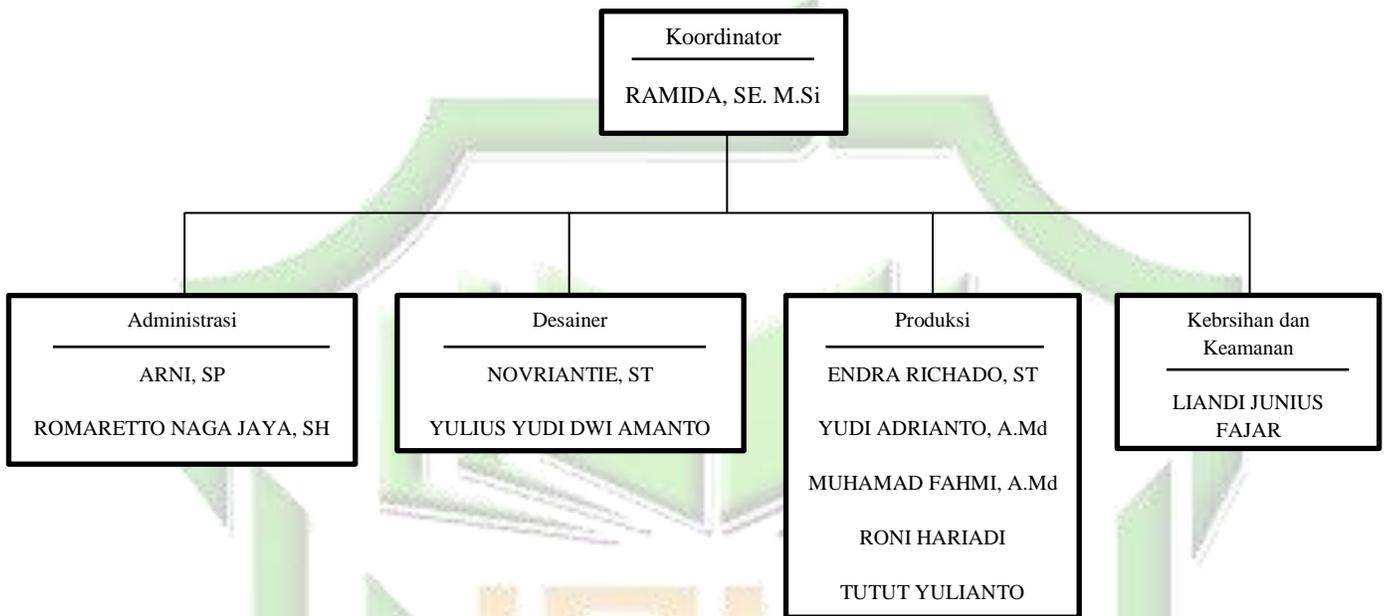
- 3) Pembuatan kemasan sekunder dan tersier berbasis cetak digital atau sablon diatas kertas dan plastik misalnya kotak kemasan (berbagai variasi bentuk), stiker label, kartu nama, kemasan handle, paper bag, brosur/leaflet, kemasan sablon plastik, dll.
- 4) Menyediakan aneka kemasan fleksibel: kemasan kantong, standing pouch, plastik, dll. Cocok digunakan untuk mengemas keripik, kopi, dan lainnya.
- 5) Menyediakan jasa cetak kemasan sekunder dan tersier Menggunakan mesin digital printing (Minolta Bizhub C 8000, Minolta Bizhub C368), offset printing, pound, screen printing, dan laminating.

c. Struktur Organisasi Rumah Kemasan

Seperti halnya bentuk-bentuk perusahaan lain yang mana selalu ada seorang pemimpin yang berkewajiban untuk mengatur serta mengawasi jalannya perusahaan. Untuk mewujudkan perencanaan dalam rangka mencapai tujuan yang ingin dicapai, maka diperlukannya suatu organisasi sebagai wadah menampung kegiatan pada sebuah perusahaan. Oleh karena itu, perlu adanya struktur organisasi, tidak terkecuali pada Rumah Kemasan struktur organisasinya dipimpin oleh Koordinator yang membawahi 4 bidang yaitu Administrasi, Desainer, Produksi, Kebersihan

dan Keamanan. Adapun gambaran dari struktur organisas di Rumah Kemasan yaitu:<sup>36</sup>

**Bagan 4.1**  
**Struktur Organisasi Rumah Kemasan**



*Dibuat Oleh Peneliti*

<sup>36</sup> Observasi Rumah Kemasan, 2 September 2021.

## **B. Penyajian Data**

Dalam menyajikan data, peneliti menggunakan tiga instrumen untuk menjawab dua rumusan masalah di dalam penelitian ini yaitu persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemas dan persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemas dalam meningkatkan perkembangan usaha. Tiga instrumen yang digunakan oleh peneliti adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

Observasi yang di lakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi partisipan, yaitu dengan peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Adapun hasil observasi yang ingin di dapatkan oleh peneliti adalah tentang peran rumah kemas sekaligus peran dalam meningkatkan perkembangan usaha.

Penyajian data melalui wawancara yaitu dengan menanyakan langsung dengan subjek penelitian dengan pertanyaan yang akan menjawab dari rumusan masalah. Jawaban subjek ketika di tanya oleh peneliti menggunakan bahasa indonesia dan bahasa lokal, penulisan hasil wawancara di dalam penyajian data sepenuhnya di tulis menggunakan bahasa indonesia. Hal tersebut dilakukan oleh peneliti untuk mempermudah penjelasan yang disampaikan oleh subjek penelitian.

## **1. Persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemasan.**

### **a. Observasi**

Untuk mengetahui persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemasan, peneliti melakukan observasi yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap rumah kemasan terutama yang berkaitan dengan produk kemasan seperti bentuk dan variasi kemasan yang di sediakan oleh rumah kemasan dan juga produk yang dijual oleh pelaku UKM.

Sedikit banyaknya peneliti sudah mendapatkan gambaran tentang peran rumah kemasan terhadap UKM. Dari pengamatan itu peneliti dapat menyimpulkan bahwa rumah kemasan berperan dalam membantu UKM, terlihat dari apa yang peneliti lihat seperti produk kemasan yang disediakan rumah kemasan sangat banyak sekali variasinya dan desain kemasannya juga bagus dan menarik. Dari hal tersebut pelaku UKM yang menggunakan rumah kemasan diharapkan bisa membuat produk kemasan lebih menarik dan dapat meningkatkan minat beli produk kepada konsumen.

### **b. Wawancara**

Untuk lebih memfokuskan pada persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemasan peneliti melakukan wawancara kepada Subjek yang sudah disesuaikan dengan kriteria peneliti, dan di dapatkan subjek sebanyak 5 orang pelaku UKM.

Berikut adalah nama dan hasil wawancara tentang persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemas.

Nama : Ar

Usaha/Merek : Berkat Uhat Kayu

Alamat : Jl. Mendawai Kompleks Sosial Palangka Raya

Pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti adalah tentang pengaruh rumah kemas terhadap usaha, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Sangat berpengaruh sekali intinya berpengaruh positif. Jika menurut pribadi baik personil atau pelayanannya sudah bagus. Tetapi masih ada kelemahan dari rumah kemas yaitu dalam melayani pelanggan yang terlalu banyak, sehingga pada waktu produksi atau percetakan sering terjadi keterlambatan dikarenakan mesin cetak yang kadangkala bermasalah.”<sup>37</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai pengaruh rumah kemas terhadap usaha di atas Ar selaku pemilik usaha berkat uhat kayu mengatakan bahwa rumah kemas sangat berpengaruh positif, pelaku usaha juga menjelaskan bahwa pelayanan yang di berikan oleh rumah kemas juga sangat baik dan bagus meskipun ada beberapa kekurangan atau kelemahan dalam pelayanannya seperti sering terjadi keterlambatan dalam hal mencetak produk kemas dikarenakan mesin yang bisa bermasalah.

---

<sup>37</sup> Wawancara dengan AR (Subjek 1) di jalan Mendawai Kompleks Sosial Palangka Raya, 14 September 2021.

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan kepada pelaku usaha dan hasilnya sebagai berikut:

“Untuk perbedaanya ya sangat signifikan, dengan menggunakan rumah kemasan ini diantaranya adalah bisa meningkatkan daya saing baik dalam hal harga maupun produk, intinya kalau kita bawa produk ini keluar itu bisa bersaing dengan produk lain misalnya pada event-event tertentu misalnya event nasional. Dan juga perbedaan sebelum menggunakan rumah kemasan produk dengan isi yang standar dijual dengan harga pada umumnya tetapi ketika sudah menggunakan jasa rumah kemasan produk terjual dengan harga lebih tinggi tetapi dengan isi yang lebih sedikit dari sebelumnya, mengapa bisa demikian karena ketika produk kemasan dibuat dengan bagus maka akan bisa meningkatkan kualitas sekaligus bisa menekan biaya produksi”<sup>38</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan, pemilik usaha Ar mengatakan bahwa perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan rumah kemasan itu sangat signifikan terutama di bagian promosi produk sehingga daya saing semakin meningkat, Ar juga menjelaskan sesudah menggunakan rumah kemasan produknya lebih di kenal dan bahkan sampai bisa mengikuti event-event atau pameran yang tidak hanya di Palangka Raya tetapi sudah nasional, dan untuk produk dari yang sebelumnya dengan isi lebih banyak harga yang di tetapkan relatif standar tetapi setelah menggunakan rumah kemasan dengan isi produk

---

<sup>38</sup> Wawancara dengan AR (Subjek 1) di jalan Mendawai Kompleks Sosial Palangka Raya, 14 September 2021

lebih sedikit tetapi harga yang di tawarkan bisa lebih tinggi dari yang sebelumnya.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang hal yang paling di rasakan setelah menggunakan jasa rumah kemasan dan hasilnya adalah sebagai berikut:

“Hal yang paling dirasakan setelah menggunakan jasa rumah kemasan adalah produk Ibu sudah semakin banyak dilirik, misalnya produk ini sudah dibawa oleh instansi untuk acara pameran-pameran, bahkan produk ini sudah dari Sabang dan kota-kota besar lainnya yang tersebar di Indonesia kecuali Merauke itu masih belum.”<sup>39</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang hal yang paling di rasakan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, pelaku usaha Ar mengatakan bahwa hal yang paling dirasakan adalah produknya sekarang semakin dilirik oleh konsumen ataupun oleh instansi-instansi yang membawa produk Ar ini sampai ke pameran di seluruh Indonesia kecuali Merauke.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang layanan yang di berikan oleh rumah kemasan dan hasilnya adalah sebagai berikut:

“Ini kalau menurut Ibu pribadi dan tidak dipengaruhi oleh orang lain, pelayanan yang diberikan oleh rumah kemasan sudah sangat bagus, ramah dan juga tepat waktu. Bahkan Untuk pemesanan di rumah kemasan bisa melalui WhatsApp atau telepon sehingga pelanggan tidak perlu harus datang ke rumah kemasan untuk memesan produk, jadi ketika ibu datang ke rumah kemasan ya hanya mengambil produk pesanan karena pemesanan produk

---

<sup>39</sup> Wawancara dengan AR (Subjek 1) di jalan Mendawai Kompleks Sosial Palangka Raya, 14 September 2021

sudah dilakukan di hari sebelumnya. Jadi menurut ibu yang berkaitan dengan pelayanan baik pelayanan personal maupun pelayanan produk menurut Ibu sudah sangat bagus dan kembali lagi semuanya tergantung kita bagaimana komunikasi kita terhadap karyawan di sana.”<sup>40</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang layanan yang di berikan oleh rumah kemas, pelaku usaha Ar menerangkan bahwa pelayanan yang di berikan oleh rumah kemas sangat baik dan karyawannya juga ramah, pelayanan untuk pemesanan juga bisa dilakukan melalui telepon/whatsapp sehingga pelanggan tidak perlu repot-repot datang langsung ke rumah kemas hanya untuk memesan. Tetapi untuk pelayanan di rumah kemas itu tergantung bagaimana pelanggan berkomunikasi terhadap karyawan di rumah kemas.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang tanggapan tentang hasil percetakan dari rumah kemas dan hasil wawancaranya adalah sebagai berikut:

“Kalau masalah percetakan menurut Ibu sudah sesuai dengan hasilnya, cuma terkadang masalah dalam hal percetakan adalah ketika mesin itu sudah mulai ada kendala memang ada beberapa hasil cetak yang kadang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, tapi itu wajar namanya juga mesin pasti ada masalah.”<sup>41</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang tanggapan hasil percetakan dari rumah kemas, pelaku usaha Ar menjelaskan bahwa hasil cetak dari

---

<sup>40</sup> Wawancara dengan AR (Subjek 1) di jalan Mendawai Kompleks Sosial Palangka Raya, 14 September 2021

<sup>41</sup> Wawancara dengan AR (Subjek 1) di jalan Mendawai Kompleks Sosial Palangka Raya, 14 September 2021

rumah kemasan sudah sesuai dengan apa yang di harapkan hanya saja terkadang terjadi masalah dalam percetakan yang dikarenakan mesin yang berkendala seperti hasil cetak yang tidak sesuai, tetapi masalah seperti itu jarang sekali terjadi.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang hasil promosi produk setelah menggunakan jasa rumah kemasan dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Sangat signifikan, karena produk Ibu sudah sampai kemana-mana bahkan di outlet modern seperti di Hypermart dan outlet-outlet reseller lainnya. Bahkan untuk di Hypermart produk ibu itu mendominasi produk UKM artinya produk ibu di sana itu yang paling banyak.”<sup>42</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang hasil promosi produk setelah menggunakan jasa rumah kemasan, pelaku usaha Ar menjelaskan bahwa hasil promosi setelah menggunakan rumah kemasan meningkat secara signifikan, bisa di lihat melalui produk Ar yang sudah ada di berbagai tempat seperti toko-toko moderen contohnya Hypermart dan banyak sekali ditemukan di toko reseller langganan Ar.

Nama : Sr

Usaha/Merek : Mama Fadil

Alamat : Jl. Hiu Putih VIII GG Lais P.Raya

---

<sup>42</sup> Wawancara dengan AR (Subjek 1) di jalan Mendawai Kompleks Sosial Palangka Raya, 14 September 2021

Pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti adalah tentang pengaruh rumah kemas terhadap usaha, dan pelaku usaha Sr mengatakan “Alhamdulillah bisa untuk mencukupi kebutuhan jajan anak, untuk produk kemas pastinya jauh lebih baik.”<sup>43</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang pengaruh rumah kemas terhadap usaha, pelaku usaha Sr mengatakan bahwa pengaruhnya bisa di bilang cukup baik dan bisa mencukupi atau dapat memenuhi kebutuhan jajan anak, sekaligus untuk pengaruh pada produk kemas pastinya jauh lebih baik.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemas, dan pelaku usaha Sr mengatakan “Untuk harga Okelah lebih murah kalau dibanding dengan yang lainnya.”<sup>44</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemas, pelaku usaha Sr mengatakan bahwa perbedaanya adalah pada harga, jika sebelumnya Sr menggunakan jasa lain mendapat harga yang tinggi jika di bandingkan dengan rumah kemas.

---

<sup>43</sup> Wawancara dengan Sr (Subjek 2) di jalan Hiu Putih VIII GG Lais Palangka Raya, 14 September 2021.

<sup>44</sup> Wawancara dengan Sr (Subjek 2) di jalan Hiu Putih VIII GG Lais Palangka Raya, 14 September 2021.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang hal apa yang paling di rasakan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Untuk hal yang paling dirasakan adalah ketika awal memproduksi produk untuk promosi lebih gampang dan semakin banyak orang yang tertarik, karena kalau dilihat dari segi packaging jauh lebih baik.”<sup>45</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang hal apa yang paling di rasakan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, pelaku usaha Sr mengatakan bahwa untuk hal yang paling dirasakan adalah ketika awal memproduksi produk promosi yang di lakukan sangat mudah, hal tersebut di karenakan kemasan yang di buat lebih menarik sehingga konsumen semakin tertarik baik dalam hal produk atau kemasan.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang layanan yang di berikan oleh rumah kemasan, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Layanan yang diberikan oleh rumah kemasan selama ini baik bahkan bisa order hanya dengan melalui WhatsApp atau telepon, karena Rumah saya jauh kan dari hiu putih ke Tilung jadi ketika saya kesana ya cuma mengambil pesanan yang sudah dipesan di hari sebelumnya.”<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Wawancara dengan Sr (Subjek 2) di jalan Hiu Putih VIII GG Lais Palangka Raya, 14 September 2021.

<sup>46</sup> Wawancara dengan Sr (Subjek 2) di jalan Hiu Putih VIII GG Lais Palangka Raya, 14 September 2021.

Berdasarkan hasil wawancara tentang layanan yang di berikan oleh rumah kemasan, pelaku usaha Sr mengatakan bahwa layanan yang di berikan sudah baik di tambah lagi dengan pemesanan produk kemasan bisa dilakukan melalui telepon/whatsapp sehingga yang tempat tinggalnya jauh lebih terbantu seperti Sr yang berada di Jl. hiu putih.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang tanggapan hasil percetakan dari rumah kemasan, dan pelaku usaha Sr mengatakan “Sejauh ini apa yang saya tahu ya bagus pokoknya sesuai dengan harga standar lah, apalagi dengan harga yang cukup murah.”<sup>47</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang tanggapan hasil percetakan dari rumah kemasan, pelaku usaha Sr menjelaskan bahwa hasil yang di dapat sudah bagus dan sesuai dengan standar pada umumnya, dan juga harga yang di tawarkan oleh rumah kemasan lebih murah jika di bandingkan dengan yang lain.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang promosi produk setelah menggunakan jasa rumah kemasan, dan pelaku Sr mengatakan “Untuk promosi ya seperti yang saya bilang di awal untuk pertama kali menggunakan promosinya cukup gampang kalau sekarang kan sudah punya langganan sendiri jadi ada yang ngambil gitu.”<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan Sr (Subjek 2) di jalan Hiu Putih VIII GG Lais Palangka Raya, 14 September 2021.

<sup>48</sup> Wawancara dengan Sr (Subjek 2) di jalan Hiu Putih VIII GG Lais Palangka Raya, 14 September 2021.

Berdasarkan hasil wawancara tentang promosi produk setelah menggunakan jasa rumah kemasan, pelaku usaha Sr mengatakan bahwa untuk promosi sama dengan yang sebelumnya atau ketika pertama kali menggunakan rumah kemasan untuk promosi produk lebih mudah karna kemasan produk yang lebih menarik dari yang sebelumnya, dan apalagi sekarang Sr sudah punya langganan sendiri sehingga penjualan produk lebih stabil.

Nama : Gr

Usaha/Merek : Griya Berkah Indah

Alamat : Jl.Gurame II No.12

Pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti adalah tentang pengaruh rumah kemasan terhadap usaha, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Pengaruh rumah kemasan terhadap usaha saya ketika menggunakan desain rumah kemasan itu bisa menekan biaya produksi. Jadi untuk usaha kecil menengah ini atau home industri sangat terbantu dengan adanya rumah kemasan.”<sup>49</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai pengaruh rumah kemasan terhadap usaha di atas Gr selaku pemilik usaha mengatakan bahwa pengaruh bagi usahanya adalah dapat menekan biaya produksi, Gr juga

---

<sup>49</sup> Wawancara dengan Gr (Subjek 3) di jalan Gurame II No.12 Palangka Raya, 14 September 2021.

menjelaskan jika keberadaan rumah kemas sangat membantu bagi usaha kecil menengah terutama industri rumahan.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemas, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Kalau sebelumnya itu produknya sama hasilnya sama tapi yang membedakan dengan rumah kemas itu harganya, dan juga waktu karena terkadang jika harganya murah pelanggannya banyak waktu produksinya agak lama maksudnya antriannya lama.”<sup>50</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemas di atas Gr selaku pemilik usaha mengatakan bahwa sebelum menggunakan rumah kemas Gr pernah memakai tempat lain untuk mencetak produk kemas ataupun stiker dan menurut pengakuannya hasilnya pun sama, tetapi di sini yang membedakan dengan rumah kemas adalah harganya yang jauh lebih murah. Gr juga menjelaskan bahwa jika sebelum menggunakan rumah kemas pemesanan produk lebih cepat jika dibandingkan dengan rumah kemas dikarenakan jika di rumah kemas banyak pelanggan sehingga harus antri untuk pemesanan produk.

---

<sup>50</sup> Wawancara dengan Gr (Subjek 3) di jalan Gurame II No.12 Palangka Raya, 14 September 2021.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang hal yang paling di rasakan setelah menggunakan jasa rumah kemas, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Untuk perbedaan yang paling dirasakan dari jasa rumah kemas itu ya sama aja seperti tadi dari harganya yang mana harganya lebih murah dibanding dengan yang lain.”<sup>51</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai hal yang paling di rasakan setelah menggunakan jasa rumah kemas di atas Gr selaku pemilik usaha mengatakan bahwa hal yang paling dirasakan adalah perbedaan harga yang di tawarkan rumah kemas dengan tempat lain jauh lebih murah.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang layanan yang di berikan oleh rumah kemas, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Kalau untuk pelayanan menurut saya itu waktunya lebih lama terutama dalam hal mencetak, biasanya kalau enggak kita hubungi atau ditekan itu engga cepat jadinya.”<sup>52</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai layanan yang di berikan oleh rumah kemas di atas Gr selaku pemilik usaha mengatakan bahwa pelayanan yang di berikan oleh rumah kemas terutama dalam hal mencetak masih terlalu lama, Gr juga mejelaskan untuk mempercepat

---

<sup>51</sup> Wawancara dengan Gr (Subjek 3) di jalan Gurame II No.12 Palangka Raya, 14 September 2021.

<sup>52</sup> Wawancara dengan Gr (Subjek 3) di jalan Gurame II No.12 Palangka Raya, 14 September 2021.

proses cetak biasanya pihak rumah kemasan harus di tekan atau di hubungi.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang tanggapan hasil percetakan dari rumah kemasan, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Kalau hasil menurut saya sudah memuaskan dan bagus jika di dibandingkan dengan tempat percetakan lain, kalau dipersentasikan itu kalau di luar 1 banding 2 kalau di rumah kemasan 1 banding 1.”<sup>53</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai tanggapan hasil percetakan dari rumah kemasan di atas Gr selaku pemilik usaha mengatakan bahwa hasil cetak dari rumah kemasan sudah bagus dan memuaskan jika di bandingkan dengan tempat lain, Gr juga menganalogikan jika hasil cetak dari tempat lain bisa di bilang 1 banding 2 dengan di rumah kemasan 1 bading 1 yang artinya hasil cetak dari rumah kemasan lebih baik 50% jika dibandingkan dengan tempat lain.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang hasil promosi produk setelah menggunakan jasa rumah kemasan, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Untuk promosi produk setelah menggunakan jasa rumah kemasan menurut saya biasa saja karena produk saya seperti itu. Tapi sebenarnya ada pengaruhnya untuk promosi produk karena

---

<sup>53</sup> Wawancara dengan Gr (Subjek 3) di jalan Gurame II No.12 Palangka Raya, 14 September 2021.

saya sangat menjaga sekali untuk kualitas produk dan produk dari rumah kemasan sangat berkualitas dan tentunya murah.”<sup>54</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai hasil promosi produk setelah menggunakan jasa rumah kemasan di atas Gr selaku pemilik usaha mengatakan bahwa promosi produk dari Gr tidak terlalu berpengaruh meskipun sudah menggunakan rumah kemasan dikarenakan produk yang di buat oleh Gr tidak mengedepankan desain kemasan. Tetapi menurut Gr, karena usaha ini selalu memperhatikan kualitas pastinya dengan menggunakan rumah kemasan kualitas produk akan terjaga.

Nama : Kk

Usaha/Merek : Borneo Queen

Alamat : Jl. MH. Thamrin No.16 P.Raya

Pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti adalah tentang pengaruh rumah kemasan terhadap usaha, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Pengaruhnya seperti memperbaiki kemasan meningkatkan daya tarik sih, promosi juga tapi lebih ke arah penampilan dan dengan penjualan, dan menunjang kreativitas juga.”<sup>55</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai pengaruh rumah kemasan terhadap usaha di atas Kk selaku pemilik usaha borneo queen

---

<sup>54</sup> Wawancara dengan Gr (Subjek 3) di jalan Gurame II No.12 Palangka Raya, 14 September 2021.

<sup>55</sup> Wawancara dengan Kk (Subjek 4) di jalan MH. Thamrin No.16 Palangka Raya, 16 September 2021.

mengatakan bahwa berpengaruhnya lebih dalam hal memperbaiki kemasan sekaligus meningkat daya tarik dan meningkatkan promosi, pemilik usaha Kk juga mengatakan jika pengaruh rumah kemasan dapat meningkatkan kreativitas pengusaha.

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan kepada pelaku usaha dan pelaku usaha mengatakan “Perbedaannya jelas seperti minat pelanggan atau customer lebih menjadi antusias karena melihat desain kemasannya.”<sup>56</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan di atas Kk selaku pemilik usaha menerangkan jika perbedaannya adalah lebih kepada minat pelanggan yang sebelumnya biasa saja sekarang lebih antusias dikarenakan bentuk dan desain kemasannya lebih bagus dan menarik dari sebelumnya.

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang hal yang paling di rasakan setelah menggunakan jasa rumah kemasan kepada pelaku usaha dan pelaku usaha Kk mengatakan “Hal yang paling dirasakan ya lebih dapat perhatian dari customer.”<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Wawancara dengan Kk (Subjek 4) di jalan MH. Thamrin No.16 Palangka Raya, 16 September 2021.

<sup>57</sup> Wawancara dengan Kk (Subjek 4) di jalan MH. Thamrin No.16 Palangka Raya, 16 September 2021.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai hal yang paling di rasakan setelah menggunakan jasa rumah kemasan di atas Kk selaku pemilik usaha menerangkan bahwa setelah menggunakan rumah kemasan produk dari Kk lebih mudah di kenal dan mendapat perhatian dari pelanggan.

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang layanan yang di berikan oleh rumah kemasan kepada pelaku usaha dan hasilnya mengatakan “Kalau saya sih cepat kalau untuk pemesanan, pegawai saya juga ada yang bekerja di rumah kemasan.”<sup>58</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai layanan yang di berikan oleh rumah kemasan di atas Kk selaku pemilik usaha menerangkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh rumah kemasan sudah cepat dalam hal pemesanan.

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang tanggapan hasil percetakan dari rumah kemasan kepada pelaku usaha dan hasilnya sebagai berikut:

“Kalau menurut saya bagus aja, dan juga harganya murah kecuali stiker dan bisa stiker itu harus lebih murah lagi. Produk kami yang awalnya menggunakan stiker tapi karena harganya mahal jadi kami pindah yang ke non stiker, Soalnya kalau non stiker itu murah cuma Rp3.000 dan Yang stiker itu Rp10.000.”<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Wawancara dengan Kk (Subjek 4) di jalan MH. Thamrin No.16 Palangka Raya, 16 September 2021.

<sup>59</sup> Wawancara dengan Kk (Subjek 4) di jalan MH. Thamrin No.16 Palangka Raya, 16 September 2021.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai tanggapan hasil percetakan dari rumah kemasan di atas Kk selaku pemilik usaha mengatakan bahwa hasilnya sudah bagus dan untuk harga sudah murah tetapi tidak dengan produk stiker yang masih mahal, Kk juga mengatakan bahwa produknya yang awalnya menggunakan stiker sekarang beralih ke yang non stiker dikarenakan harga yang masih mahal, untuk harga produk yang non stiker di hargai Rp.3.000 sedangkan stiker Rp.10.000 menurut pengakuan Kk.

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang hasil promosi produk setelah menggunakan jasa rumah kemasan kepada pelaku usaha dan hasilnya sebagai berikut:

“Pastinya lebih baik sih kalau dibandingkan dengan yang sebelumnya, karena produk kita juga sudah sampai nasional di Jakarta juga kita ada mengirim produk ke sana tapi sekarang sudah enggak kan karena pandemi ini dan untuk internasional terakhir untuk produk purun itu sampai ke Jepang.”<sup>60</sup>

Berdasarkan hasil wawancara hasil promosi produk setelah menggunakan jasa rumah kemasan di atas Kk selaku pemilik usaha mengatakan bahwa hasilnya jauh lebih baik jika dibandingkan dengan yang sebelumnya, hal tersebut bisa di lihat dari produk yang penjualannya sampai nasional seperti jakarta dan juga internasional seperti jepang.

---

<sup>60</sup> Wawancara dengan Kk (Subjek 4) di jalan MH. Thamrin No.16 Palangka Raya, 16 September 2021.

Nama : Gn  
Usaha/Merek : Rose Cake  
Alamat : Jl.Merpati No.68 P.Raya

Pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti adalah tentang pengaruh rumah kemasan terhadap usaha, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Kalau kemasan pastinya bagus dan produk kita jadi punya ciri khas, kelihatan sangat menarik, kelihatan mewah dan bagusnya di rumah kemasan itu tidak ada minimal order jadi bagus untuk usaha usaha yang baru berkembang atau masih kecil beda lagi kalau kita memesan produknya dari luar pulau itu pasti ada minimal ordernya berapa dan untuk usaha yang masih kecil itu kan tidak mungkin kan.”<sup>61</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai pengaruh rumah kemasan terhadap usaha di atas Gn selaku pemilik usaha mengatakan bahwa setelah menggunakan rumah kemasan produk kemasan jadi lebih bagus, terlihat lebih menarik, lebih mewah dan juga memiliki ciri khas. Gn juga mengatakan bahwa rumah kemasan sangat pas untuk usaha yang baru berkembang atau baru memuali usaha karena tidak ada minimal order jika memesan produk kemasan di rumah kemasan.

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan kepada pelaku usaha dan hasilnya sebagai berikut:

---

<sup>61</sup> Wawancara dengan Gn (Subjek 5) di jalan Merpati No.68 Palangka Raya, 21 September 2021.

“Kalau perbedaannya yang pasti kan produknya lebih dikenal orang dan kemasan itu sama kayak kita beli produk makanan yang bermerek gitu ya, untuk produk kita selain enak kalau kemasannya bagus pasti menarik konsumen, kalau dari kemasannya saja sudah menarik itu sangat membantu apalagi zaman sekarang kan banyak orang-orang yang suka membuat story story tentang makanan, kalau produk kita dibuat story kan orang lain jadi tahu merek kita dengan hanya melihat kemasannya.”<sup>62</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan, pemilik usaha Gn mengatakan bahwa yang membedakan dari sebelum menggunakan rumah kemasan adalah produk yang sebelumnya jarang di kenal orang sekarang sudah di kenal dan mempunyai ciri khas sendiri, menurut Gn produk yang enak dengan di tambah kemasan yang menarik pasti akan menarik konsumen untuk membeli. Gn juga mengatakan bahwa zaman sekarang ini banyak orang-orang yang sering memfoto makanan di media sosial dan itu menjadi peluang bagi produk untuk lebih banyak di kenal dengan memperbaiki kemasan yang menarik.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang hal yang paling di rasakan setelah menggunakan jasa rumah kemasan dan hasilnya adalah sebagai berikut:

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan Gn (Subjek 5) di jalan Merpati No.68 Palangka Raya, 21 September 2021.

“Yang pasti kita kan punya ciri khas dan yang pasti lebih kelihatan mewah kalau dibandingkan dengan kotak biasa yang polos tidak embel-embel merknya.”<sup>63</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang hal yang paling di rasakan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, pelaku usaha Gn mengatakan bahwa yang paling dirasakan adalah produk kemasan yang sekarang lebih mempunyai ciri khas jika di bandingkan dengan yang kemasan polos tanpa ada merek apapun.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang layanan yang di berikan oleh rumah kemasan dan hasilnya adalah sebagai berikut:

“Bagus aja sih kalau menurut saya, cuma kadang-kadang ada sedikit miscommunication misalnya saya mesan kotak yang buat brownies tapi yang di dicetak lain, tapi ya tetap saya ambil karena pastinya nanti akan kepakai juga. Dan untuk pelayanan desain kemasan juga sudah bagus, mereka mendesain sesuai dengan apa yang kita mau.”<sup>64</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang layanan yang di berikan oleh rumah kemasan, pelaku usaha menjawab jika layanan yang ada di rumah kemasan sudah bagus, tetapi terkadang ada kesalahpahaman antara pelanggan rumah kemasan dengan pihak rumah kemasan misalnya yang pernah Gn alami adalah hasil cetak tidak sesuai dengan apa yang

---

2021. <sup>63</sup> Wawancara dengan Gn (Subjek 5) di jalan Merpati No.68 Palangka Raya, 21 September

2021. <sup>64</sup> Wawancara dengan Gn (Subjek 5) di jalan Merpati No.68 Palangka Raya, 21 September

sebelumnya di pesan. Gn juga mengatakan bahwa untuk proses mendesain kemasan sudah bagus sesuai dengan apa yang pelanggan mau.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang tanggapan tentang hasil percetakan dari rumah kemasan dan hasil wawancaranya adalah sebagai berikut:

“Untuk pertama kali menggunakan rumah kemasan hasil cetak dari rumah kemasan memang bagus tapi kalau boleh jujur untuk sekarang atau 2 tahun kebelakang yang hasilnya agak menurun dari yang sebelumnya misalnya nih untuk kotak brownies dulu itu bahannya kaku dan keras sehingga cocok untuk dipakai bungkus kue-kue Kalau sekarang agar lentur jadi rawan guncangan, dan lagi hasil cetak dari rumah kemasan menurut saya banyak yang warnanya tidak sesuai dengan apa yang kita harapkan Seperti contohnya Ini yang warnanya ungu tapi hasil cetaknya agak pudar dan kadang juga ada beberapa apa yang hasilnya bergaris-garis.”<sup>65</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang hasil percetakan dari rumah kemasan, pelaku usaha Gn mengatakan bahwa hasil cetak dari rumah kemasan memang bagus tetapi dari beberapa tahun lalu hasilnya tidak seperti dulu atau bisa dibilang ada penurunan seperti bahan yang dulunya kaku sekarang lebih lentur dan warna dari hasil cetak terkadang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang hasil promosi produk setelah menggunakan jasa rumah kemasan dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan Gn (Subjek 5) di jalan Merpati No.68 Palangka Raya, 21 September 2021.

“Iya meningkat kan sekarang banyak produk moderen yang kemasannya bagus-bagus, nah dengan rumah kemas ini kami sebagai pengusaha rumahan juga bisa bersaing dengan yang sudah punya brand besar.”<sup>66</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang hasil promosi produk setelah menggunakan jasa rumah kemas, pelaku usaha Gn mengatakan bahwa semenjak menggunakan rumah kemas produknya sudah bisa bersaing dengan produk yang sudah punya nama besar karna bukan hanya dari isi produknya saja yang berkembang tetapi juga produk kemasannya.

### **c. Data Dokumen**

Dalam proses membuat produk kemas yang baik, pelanggan rumah kemas di beri kebebasan untuk menentukan bentuk dan desain kemas sesuai dengan apa yang pelanggan mau. Pelanggan juga di sediakan produk kemas yang di gunakan sebagai contoh produk jadi yang sudah tertata rapi di rak depan di dalam Rumah Kemas.

Semakin banyaknya pilihan dan variasi produk kemas akan membuat pelanggan lebih leluasa dalam menentukan produk kemas yang akan dipakai nantinya.

Pada pelayanan yang diberikan rumah kemas untuk pelangan bukan hanya sebatas mendesain produk tetapi juga dalam mencetak

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Gn (Subjek 5) di jalan Merpati No.68 Palangka Raya, 21 September 2021.

produk. Kemudahan lain adalah pelanggan masih dapat merubah desain kemasan dengan meminta kepada karyawan yang bertugas di bagian desain, hal tersebut akan menjadikan produk kemasan akan selalu bisa diperbarui sesuai dengan permintaan pelanggan.

## **2. Persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemasan dalam meningkatkan perkembangan usaha.**

### **a. Observasi**

Untuk mengetahui persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemasan dalam meningkatkan perkembangan usaha, peneliti melakukan observasi dengan cara mengamati kondisi usaha pelaku UKM. Dari hasil pengamatan yang di lakukan, peneliti sudah mendapatkan gambaran tentang persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemasan dalam meningkatkan perkembangan usaha.

Hasil observasi yang di peroleh dari pengamatan peneliti dan melihat jawaban dari wawancara kepada subjek penelitian, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa rumah kemasan berpengaruh terhadap perkembangan usaha pelaku UKM terutama jika dilihat dari produksi, penjualan, pendapatan dan keuntungan.

### **b. Wawancara**

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada subjek, peneliti mendapatkan kesimpulan dari jawaban wawancara keseluruhan

subjek yaitu berpengaruh bagi perkembangan usaha. Untuk memperjelas hasil wawancara dari peneliti, dapat dilihat dari uraian di bawah ini.

Berikut adalah nama dan hasil wawancara tentang persepsi pelaku UKM teradap Rumah Kemasan dalam meningkatkan perkembangan usaha.

Nama : Ar

Usaha/Merek : Berkat Uhat Kayu

Alamat : Jl. Mendawai Kompleks Sosial P.Raya

Pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti adalah tentang dampak setelah menggunakan jasa rumah kemasan terhadap produksi, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Dampaknya ya meningkat banget, seperti tadi yang ibu bilang produksi yang meningkat tapi dengan biaya produksi yang bisa ditekan.”<sup>67</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang dampak setelah menggunakan jasa rumah kemasan terhadap produksi, pelaku usaha Ar mengatakan bahwa dampak terhadap produksi adalah bisa menekan biaya produksi tanpa mempengaruhi harga jual, bahkan harga jual semakin meningkat dengan biaya produksi yang rendah.

---

<sup>67</sup> Wawancara dengan AR (Subjek 1) di jalan Mendawai Kompleks Sosial Palangka Raya, 14 September 2021.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang jumlah penjualan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, dan pelaku usaha mengatakan “Meningkat sekali, karena menurut pihak kedua atau reseller produk yang sekarang ini ini sudah terlihat bagus dan rapi.”<sup>68</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang jumlah penjualan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, Ar mengatakan bahwa hasil penjualan setelah menggunakan rumah kemasan sangat meningkat, hal tersebut juga di akui oleh para reseller yang menjual produk Ar karena dari segi tampilan sudah semakin menarik jika di dibandingkan dengan sebelumnya sehingga dapat meningkatkan penjualan baik dari Ar ataupun para reseller.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang pendapatan usaha sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil wawancara bisa di lihat sebagai berikut:

“Kalau dibandingkan dengan sebelum menggunakan jasa rumah kemasan ya lebih meningkat setelah menggunakan jasa rumah kemasan, karena dengan menariknya kemasan produk ini Ibu bisa menyimpan ke outlet outlet pasar modern sehingga bisa meningkatkan pendapatan.”<sup>69</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang pendapatan usaha sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan, pelaku usaha Ar

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan AR (Subjek 1) di jalan Mendawai Kompleks Sosial Palangka Raya, 14 September 2021.

<sup>69</sup> Wawancara dengan AR (Subjek 1) di jalan Mendawai Kompleks Sosial Palangka Raya, 14 September 2021.

menjawab bahwa jika di bandingkan dengan yang sebelumnya perubahan penjualan jelas lebih meningkat setelah menggunakan rumah kemasan, alasan meningkat adalah karna produk kemasan yang semakin menarik maka akan dapat di pasarkan di toko moderen sehingga penjualan semakin meningkat.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang laba atau keuntungan usaha setelah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil wawancara bisa di lihat sebagai berikut:

“Menurut ibu ya jelas lebih untung, karena dengan menambah modal misalnya Rp3.000 per produk untuk membuat bagus produk kemasannya keuntungan yang didapat akan lebih jauh dibanding dengan kemasan yang biasa-biasa saja.”<sup>70</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang laba atau keuntungan usaha setelah menggunakan jasa rumah kemasan, pelaku usaha Ar mengatakan bahwa keuntungan dari menjual produk yang kemasannya di buat lebih menarik dari yang sebelumnya maka akan menjadi meningkat, Ar juga memberikan contoh sederhana seperti produk yang di beri modal Rp. 3000 untuk modal memperbaiki kemasan hasil yang di dapat bahkan melebihi modal yang awalnya di keluarkan.

Nama : Sr

Usaha/Merek : Mama Fadil

---

<sup>70</sup> Wawancara dengan AR (Subjek 1) di jalan Mendawai Kompleks Sosial Palangka Raya, 14 September 2021.

Alamat : Jl. Hiu Putih VIII GG Lais P.Raya

Pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti adalah tentang dampak setelah menggunakan jasa rumah kemasan terhadap produksi, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Terhadap produksi ya meningkat karena orang jadi tahu produk saya karena ada label nya kalau dulu kan cuma bungkus biasa aja beda dengan sekarang.”<sup>71</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang dampak setelah menggunakan jasa rumah kemasan terhadap produksi, pelaku usaha Sr mengatakan bahwa dampak rumah kemasan bagi produksi adalah semakin meningkat, hal tersebut bisa terjadi karena kemasan yang menarik akan membuat pelanggan lebih penasaran dan akhirnya membeli produk Sr.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang jumlah penjualan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil wawancara bisa di lihat sebagai berikut:

“Kalau penjualan itu nggak pasti ya karena kan naik turun tapi kalau dibanding dengan sebelum menggunakan jasa rumah kemasan ya sekarang lebih naik untuk penjualannya.”<sup>72</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang jumlah penjualan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, pelaku usaha Sr mengatakan

---

<sup>71</sup> Wawancara dengan Sr (Subjek 2) di jalan Hiu Putih VIII GG Lais Palangka Raya, 14 September 2021.

<sup>72</sup> Wawancara dengan Sr (Subjek 2) di jalan Hiu Putih VIII GG Lais Palangka Raya, 14 September 2021.

penjualan dari usaha miliknya tidak pernah pasti atau bisa di bilang naik turun, tetapi Sr menjelaskan jika penjualan produk setelah menggunakan rumah kemasan meningkat jika di bandingkan dengan sebelumnya.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang pendapatan usaha sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil wawancara bisa di lihat sebagai berikut:

“Untuk pendapatan usaha sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan yang pastinya berubahlah dari sebelumnya.”<sup>73</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang pendapatan usaha sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan, pelaku usaha Sr mengatakan bahwa pendapatan lebih besar dari yang sebelum menggunakan rumah kemasan.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang laba atau keuntungan usaha setelah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil wawancara dengan Sr mengatakan “Untuk keuntungan lumayan tapi yang pastinya meningkat.”<sup>74</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang laba atau keuntungan usaha setelah menggunakan jasa rumah kemasan, pelaku usaha Sr mengatakan

---

<sup>73</sup> Wawancara dengan Sr (Subjek 2) di jalan Hiu Putih VIII GG Lais Palangka Raya, 14 September 2021.

<sup>74</sup> Wawancara dengan Sr (Subjek 2) di jalan Hiu Putih VIII GG Lais Palangka Raya, 14 September 2021.

bahwa keuntungan yang di dapatkan setelah menggunakan rumah kemasan meningkat.

Nama : Gr

Usaha/Merek : Griya Berkah Indah

Alamat : Jl.Gurame II No.12

Pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti adalah tentang dampak setelah menggunakan jasa rumah kemasan terhadap produksi, dan pelaku usaha Gr mengatakan “Kalau dampak setelah menggunakan jasa rumah kemasan terhadap produksi ya larinya ke harga keuntungan.”<sup>75</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai dampak setelah menggunakan jasa rumah kemasan terhadap produksi di atas Gr selaku pemilik usaha mengatakan bahwa dampak terhadap produksi tidak terlalu besar melainkan hanya di keuntungan, karena Gr di pertanyaan sebelumnya menerangkan jika pengaruh terbesarnya di harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan tempat lain.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang jumlah penjualan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil wawancara bisa di lihat sebagai berikut:

“Kalau peningkatan penjualan itu relatif dan tergantung yang order. Bagaimana ya, kalau permintaannya banyak ya pasti jumlah penjualan juga akan meningkat. Ya pokoknya tergantung

---

<sup>75</sup> Wawancara dengan Gr (Subjek 3) di jalan Gurame II No.12 Palangka Raya, 14 September 2021

dengan jumlah order lah kalau orderannya banyak ya kita menggunakan jasa rumah kemasan.”<sup>76</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai jumlah penjualan setelah menggunakan jasa rumah kemasan di atas Gr selaku pemilik usaha mengatakan bahwa peningkatan penjualan pada usahannya terbilang relatif dan di pengaruhi oleh seberapa banyak pelanggan yang melakukan order, jika banyak orderan dari pelanggan Gr pasti akan memesan produk kemasan pada rumah kemasan.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang pendapatan usaha sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil wawancara dengan Gr mengatakan “Untuk pendapatan sebenarnya tergantung juga dengan yang order sama seperti tadi di jumlah penjualan.”<sup>77</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai pendapatan usaha sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan di atas Gr selaku pemilik usaha mengatakan bahwa jawabannya sama dengan pertanyaan sebelumnya yaitu di pengaruhi oleh seberapa banyak yang order.

---

<sup>76</sup> Wawancara dengan Gr (Subjek 3) di jalan Gurame II No.12 Palangka Raya, 14 September 2021.

<sup>77</sup> Wawancara dengan Gr (Subjek 3) di jalan Gurame II No.12 Palangka Raya, 14 September 2021.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang laba atau keuntungan usaha setelah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil wawancara bisa di lihat sebagai berikut:

“Yaitu yang paling banyak di keuntungan karena dengan harga yang murah dari rumah kemasan bisa menekan harga produksi sehingga keuntungan penjualan produk juga akan semakin banyak.”<sup>78</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai laba atau keuntungan usaha setelah menggunakan jasa rumah kemasan di atas Gr selaku pemilik usaha mengatakan bahwa keuntungan inilah yang besar dan yang paling di rasakan setelah menggunakan rumah kemasan karena seperti jawaban yang sebelumnya dengan harga cetak yang lebih murah jika dibandingkan dengan yang lain maka biaya produksi semakin bisa di tekan dan tentunya akan meningkatkan keuntungan.

Nama : Kk  
Usaha/Merek : Borneo Queen  
Alamat : Jl. MH. Thamrin No.16 P.Raya

Pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti adalah tentang dampak setelah menggunakan jasa rumah kemasan terhadap produksi, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

---

<sup>78</sup> Wawancara dengan Gr (Subjek 3) di jalan Gurame II No.12 Palangka Raya, 14 September 2021.

“Kalau terhadap produksi nggak ada pengaruhnya kecuali terhadap permintaan nah kalau ada permintaan yang ngaruhnya ke produksi.”<sup>79</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang dampak setelah menggunakan jasa rumah kemasan terhadap produksi, pelaku usaha Kk mengatakan bahwa menurutnya dampak dari rumah tidak ada pengaruhnya terhadap produksi melainkan ke penjualan yang mengarah ke produksi, secara tidak langsung Kk mengatakan bahwa berpengaruh ke produksi.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang jumlah penjualan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil wawancara mengatakan “Untuk penjualan otomatis meningkat ya karena kan adanya permintaan atau bertambahnya permintaan.”<sup>80</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang jumlah penjualan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, Kk mengatakan bahwa karena adanya penambahan permintaan maka penjualan juga meningkat.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang pendapatan usaha sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil

---

<sup>79</sup> Wawancara dengan Kk (Subjek 4) di jalan MH. Thamrin No.16 Palangka Raya, 16 September 2021

<sup>80</sup> Wawancara dengan Kk (Subjek 4) di jalan MH. Thamrin No.16 Palangka Raya, 16 September 2021.

wawancara mengatakan “Ya sama kayak penjualan kalau penjualan meningkat otomatis pendapatan juga meningkat.”<sup>81</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang pendapatan usaha sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan, Kk mengatakan bahwa sama seperti yang sebelumnya di jelaskan jika pejualan meningkat makan pendapatan juga akan meningkat.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan laba atau keuntungan usaha setelah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil wawancara dengan Kk mengatakan “Meningkat juga ya, meskipun tidak menggunakan stiker tapi masih ada gantinya yang lebih murah seperti sablon.”<sup>82</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang laba atau keuntungan usaha setelah menggunakan jasa rumah kemasan, Kk mengatakan bahwa keuntungan yang di dapatkan jika masih menggunakan stiker itu tidak seberapa karna harganya mahal maka dari itu untuk ganti stiker Kk menggunakan stiker sablon yang harganya jauh lebih murah.

Nama : Gn

Usaha/Merek : Rose Cake

Alamat : Jl.Merpati No.68 P.Raya

---

<sup>81</sup> Wawancara dengan Kk (Subjek 4) di jalan MH. Thamrin No.16 Palangka Raya, 16 September 2021.

<sup>82</sup> Wawancara dengan Kk (Subjek 4) di jalan MH. Thamrin No.16 Palangka Raya, 16 September 2021.

Pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti adalah tentang dampak setelah menggunakan jasa rumah kemasan terhadap produksi, dan berikut adalah hasil wawancara yang di peroleh peneliti:

“Ya seperti tadi ibu bilang dengan desain dan bentuk kemasan yang menarik pastinya akan menambah minat pelanggan untuk membeli dan ketika yang membeli produk Ibu banyak otomatis produksi juga akan meningkat ya meskipun meningkatkan produksi bukan hanya dipengaruhi oleh bentuk kemasan tapi banyak juga faktor lain seperti rasa yang lebih enak dan sebagainya.”<sup>83</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang dampak setelah menggunakan jasa rumah kemasan terhadap produksi, pelaku usaha Gn mengatakan bahwa dampak bagi produksi pasti ada dan di pengaruhi oleh penjualan yang meningkat, meskipun meningkatnya produksi bukan hanya di pengaruhi faktor kemasan tetapi juga rasa dari produk itu.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang jumlah penjualan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, berikut adalah hasil wawancaranya:

“Kalau saya begini Kalau dari segi penjualan itu enggak bisa dipastikan. Tapi ada pengaruhnya juga kalau untuk segi penjualan yang meningkat.”<sup>84</sup>

---

<sup>83</sup> Wawancara dengan Gn (Subjek 5) di jalan Merpati No.68 Palangka Raya, 21 September 2021.

<sup>84</sup> Wawancara dengan Gn (Subjek 5) di jalan Merpati No.68 Palangka Raya, 21 September 2021.

Berdasarkan hasil wawancara tentang jumlah penjualan setelah menggunakan jasa rumah kemasan, Gn mengatakan bahwa penjualan yang di peroleh tidak diketahui secara pasti karna tiap hari selalu naik turun, tetapi dari produk kemasan itu ada pengaruhnya yang membuat penjualan meningkat.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang pendapatan usaha sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil wawancara mengatakan “Sama seperti penjualan kalau penjualannya meningkat otomatis kan pendapatan saya meningkat juga.”<sup>85</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang pendapatan usaha sebelum dan sesudah menggunakan jasa rumah kemasan, pelaku usaha Gn mengatakan bahwa pendapatan akan meningkat jika penjualannya juga meningkat .

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan tentang laba atau keuntungan usaha setelah menggunakan jasa rumah kemasan, hasil wawancara bisa di lihat sebagai berikut

“Nah kalau keuntungan baru-baru ini kan harga kemasan untuk produk saya kan ada kenaikan nih yang awalnya Rp3.000 menjadi Rp5.000 ada kenaikan Rp2.000 dan dari situ pastinya akan mempengaruhi keuntungan saya karena saya menjual produk

---

<sup>85</sup> Wawancara dengan Gn (Subjek 5) di jalan Merpati No.68 Palangka Raya, 21 September 2021.

tetap aja harga segitu dari dulu ditambah dengan harga kemasan yang semakin meningkat pastinya keuntungan saya menurun.”<sup>86</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang laba atau keuntungan usaha setelah menggunakan jasa rumah kemasan, pelaku usaha Gn menjelaskan bahwa untuk bagian keuntungan yang diperoleh tidak sama dengan yang sebelumnya karena naiknya harga stiker membuat biaya produksi semakin bertambah dan berpengaruh di keuntungan usahanya. Gn juga menjelaskan bahwa harga produk dari usahanya dari dulu tidak berubah tetapi karna ada bagian kemasan yang harganya bertambah seperti stiker maka keuntungan Gn semakin berkurang.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada dua orang yang membeli produk dari salah satu pelaku UKM yang nantinya akan menjadi informan dalam penelitian ini, berikut adalah hasil wawancaranya.

Nama : Ln

Alamat : Rajawali VII

Peneliti bertanya kepada informan pertama tentang pendapat mengenai produk kemasan, dan hasil wawancara bisa di lihat di bawah ini:

---

<sup>86</sup> Wawancara dengan Gn (Subjek 5) di jalan Merpati No.68 Palangka Raya, 21 September 2021.

“Menurut saya kemasannya bagus dan cantik, biasanya kalau orang lain ngejual produk ini bungkusnya biasa aja gk kaya ini.”<sup>87</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang pendapat mengenai produk kemasan, informan menjelaskan bahwa kemasan yang di pakai sudah bagus, Ln juga menerangkan jika produk lain biasanya tidak sampai menggunakan kemasan yang seperti pelaku UKM gunakan.

Kemudian peneliti melanjutkan wawancara tentang harga yang di tawarkan pelaku UKM kepada konsumen, hasil wawancara mengatakan “Harganya wajar sih, cocok dengan rasanya yang enak di tambah tampilan kemasan yang bagus.”<sup>88</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang harga yang di tawarkan pelaku UKM kepada konsumen, informan menjelaskan bahwa harga yang di tawarkan pelaku UKM kepada konsumen masih terbilang wajar atau standar, informan juga meyebut mendapatkan harga yang wajar dengan di rasa yang enak dan dengan kemasan yang bagus.

Nama : In

Alamat : G obos 9

---

<sup>87</sup> Wawancara dengan Ln (Informan 1) di jalan Rajawali VII Palangka Raya, 21 September 2021.

<sup>88</sup> Wawancara dengan Ln (Informan 1) di jalan Rajawali VII Palangka Raya, 21 September 2021.

Peneliti bertanya kepada informan kedua tentang pendapat mengenai produk kemasan, dan hasil wawancara mengatakan “Kemasannya bagus sih, kaya produk-produk yang di buat dari pabrik, padahal ini produk rumahan kan.”<sup>89</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang pendapat mengenai produk kemasan, informan menjelaskan bahwa kemasan dari produk yang di jual oleh pelaku UKM sudah bagus bahkan kemasanya sampai dibandingkan dengan produk dari pabrik.

Kemudian peneliti melanjutkan wawancara tentang harga yang di tawarkan pelaku UKM kepada konsumen, hasil wawancara dengan In mengatakan “Kalau di lihat dari isi yang enak dan kemasan yang bagus, harga yang di tawarkan menurut saya sudah pas saja.”<sup>90</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang harga yang di tawarkan pelaku UKM kepada konsumen, informan menjawab bahwa harga yang di tawarkan oleh pelaku UKM sudah pas, informan juga mengatakan jika produk dan kemasannya enak dan bagus.

---

2021. <sup>89</sup> Wawancara dengan In (Informan 2) di jalan G Obos 9 Palangka Raya, 16 September

2021. <sup>90</sup> Wawancara dengan In (Informan 2) di jalan G Obos 9 Palangka Raya, 16 September

### **c. Data Dokumen**

Pelaku UKM yang menggunakan rumah kemasan untuk membuat produk kemasan pastinya tidak lepas dari keinginan untuk membuat kemasan produknya jauh lebih baik. Produk kemasan yang lebih baik dari bentuk, dan desain akan membuat pelanggan lebih mengenal produk pelaku UKM dan menjadikan produk itu mempunyai ciri khas.

Produk yang menarik akan membuat minat beli konsumen akan meningkat dan tentunya akan meningkatkan keuntungan sehingga usaha akan bisa berkembang. Melalui observasi dan wawancara terhadap subjek penelitian (Ar) jika diamati oleh peneliti memang banyak produk yang dijual dan bervariasi, dan Ar melalui wawancara juga mengatakan bahwa peningkatan penjualan berpengaruh bagi berkembangnya usaha.

### **C. Analisis Data**

Persepsi pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap peran Rumah Kemasan di kota Palangka Raya akan peneliti uraikan pada bab ini. Adapun pembahasan dalam sub bab ini terbagi menjadi 2 (dua) kajian utama sesuai dengan rumusan masalah yaitu persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemasan. Kedua, persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemasan dalam meningkatkan perkembangan usaha.

## **1. Persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemasan.**

Persepsi adalah tindakan mengenali, menyusun dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Secara terminologi pengertian persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal yang bisa dilakukan melalui pengindraan.

Menurut Mitah Toha bahwa persepsi muncul akibat adanya pengaruh dari dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal.

### **a. Faktor Internal**

Faktor internal terhadap persepsi di pengaruhi oleh kebutuhan, keinginan dan motivasi atau yang disebut sebagai faktor personal. Persepsi ini dapat dikatakan bahwa subjek yang mendapat tekanan dalam persepsi biasanya subjek yang memenuhi tujuan individu dalam melakukan persepsi. Hal ini dapat dilihat dari hasil observasi dan wawancara bahwa persepsi pelaku UKM terhadap peran Rumah Kemasan karena adanya kebutuhan pelaku UKM untuk bertahan dalam berbisnis dan motivasi sekaligus keinginan dalam mengembangkan bisnisnya.

### **b. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal yaitu faktor yang dipengaruhi dari luar seperti kebutuhan sekitar dan pengulangan atau intensitas yang sangat berpengaruh kepada seseorang dalam mempersepsikan sesuatu.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat bahwa persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemasan jika dilihat dari faktor eksternal dalam segi hal yang berlaku yang dapat menimbulkan persepsi seperti kebutuhan sekitar atau kebutuhan pelanggan akan produk sekaligus kemasan yang menarik dan pelaku UKM yang menggunakan Rumah Kemasan secara berkelanjutan.

Sedangkan peran menurut terminologi adalah seperangkat tingkah atau aktivitas yang diharapkan dimiliki oleh yang berkedudukan dimasyarakat. Peran adalah aktivitas yang dijalankan seseorang atau suatu organisasi. Peran yang harus dijalankan oleh suatu lembaga atau organisasi biasanya diatur dalam suatu ketetapan yang merupakan fungsi dan tujuan dari lembaga tersebut.

Untuk mengetahui peran dari Rumah Kemasan peneliti mengumpulkan data observasi dan wawancara dan didapatkan data dari fungsi dan tujuan Rumah Kemasan. Fungsi dan tujuan dari Rumah Kemasan adalah di antaranya seperti meningkatkan kualitas pembuatan kemasan, meningkatkan tampilan produk melalui packaging, meningkatkan kualitas produksi dan harga jual, meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pelaku usaha dan meningkatkan promosi produk.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang diperoleh, peneliti akan menguraikan persepsi kelima (5) pelaku UKM yang termasuk dalam

kriteria subjek penelitian mengenai persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemasan adalah sebagai berikut :

Tentang meningkatkan kualitas pembuatan kemasan pelaku UKM yang diantaranya Ar, Kk, Sr, Gr dan Gn sebagian besar mengatakan bahwa kemasan yang di buat di Rumah Kemasan bagus dan berkualitas. Seperti Gn yang mengatakan bahwa kemasan yang sekarang lebih baik jika dibandingkan dengan yang sebelumnya, karna yang sebelumnya hanya menggunakan kemasan biasa atau polos, tetapi untuk sekarang sangat di sayangkan karena kualitas hasil cetakan mulai menurun dan tidak seperti yang sebelumnya.

Selanjutnya tentang tampilan produk hampir keseluruhan pelaku UKM mengatakan bahwa tampilan produk melalui packaging semakin baik kecuali Gr yang mengatakan bahwa produknya dari dulu atau sebelum menggunakan Rumah Kemasan sampai sekarang sama saja. Gr mengatakan jika produk yang sama saja sedari dulu menyebabkan Rumah Kemasan tidak ada pengaruhnya terhadap tampilan produk.

Mengenai harga jual produk dan efisiensi ada pelaku UKM yang mengatakan bahwa dengan menggunakan Rumah Kemasan akan lebih efisien seperti yang di katakan Gr seperti meminimalkan biaya produksi terutama untuk produk stiker. Tetapi berbeda dengan Gn yang mengatakan bahwa dengan kenaikan harga kemasan maka akan tidak efisien.

Dalam hal promosi sebagian besar mengatakan bahwa dari menggunakan Rumah Kemasan sangat berperan dalam hal promosi. Bisa di

lihat dari hasil wawancara Ar dan Kk mengungkapkan bahwa produk mereka sudah sampai ke nasional dan bahkan internasional. Narasumber lain juga mengatakan hal yang sama bahwa sangat berperan dalam hal promosi.

Dari hasil observasi dan wawancara tentang persepsi pelaku UKM memang ada beberapa jawaban yang tidak sesuai, tetapi sebagian besar jawaban dari pelaku UKM sudah sesuai dengan fungsi dan tujuan dari Rumah Kemasan. Persepsi pelaku UKM juga di perkuat dengan hasil wawancara kepada dua (2) orang informan dengan jawaban yang sesuai dengan apa yang di katakan Subjek atau pelaku UKM.

Sebagaimana analisis yang telah peneliti uraikan diatas dapat diperoleh sebuah kesimpulan bahwa persepsi pelaku UKM terhadap peran rumah kemasan sudah sesuai dengan fungsi dan tujuan dari Rumah Kemasan itu sendiri.

## **2. Persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemasan dalam meningkatkan perkembangan usaha**

Usaha Kecil Menengah adalah merupakan suatu kegiatan ekonomi rakyat bersekala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana seperti yang diatur dalam undang-undang. Usaha Kecil Menengah juga merupakan sektor yang paling banyak di gunakan oleh masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan karena sektor ini mempunyai banyak keunggulan di antaranya adalah inovasi teknologi dalam pengembangan produk sangat mudah di lakukan,

kemampuan dalam menciptakan kesempatan kerja dan penyerapannya terhadap tenaga kerja cukup banyak, fleksibel dalam hal kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang dapat berubah dengan cepat lebih baik dibanding dengan perusahaan besar pada umumnya birokrasi.

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara terhadap narasumber terkait dengan persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemas dalam meningkatkan perkembangan usaha. Pada perkembangan usaha pelaku UKM, usaha yang berkembang atau bertumbuh adalah awal dari meningkatnya sektor industri UKM. Peneliti melakukan wawancara terhadap pelaku UKM terkait dengan perkembangan usaha yang dapat dilihat dari teori *Shanmugam and Bhaduri* bahwa perkembangan usaha di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, pertumbuhan produksi, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan keuntungan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang diperoleh mengenai persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemas dalam meningkatkan perkembangan usaha adalah sebagai berikut :

a. Produksi

Ar, Kk, Sr dan Gn mengatakan bahwa pengaruh dari menggunakan rumah kemas terhadap produksi adalah bisa di katakan meningkat. Berbeda halnya dengan Gr yang mengatakan bahwa tidak ada pengaruhnya terhadap produksi, alasan yang di jelaskan Gr adalah jika produknya terjual karna adanya permintaan order pelanggan. Peneliti

dapat menyimpulkan bahwa dari lima subjek yang diteliti meskipun ada satu subjek yang mengatakan tidak berpengaruh pada peningkatan produksi tetapi sebagian besar mengatakan ada peningkatan dalam produksi.

b. Penjualan

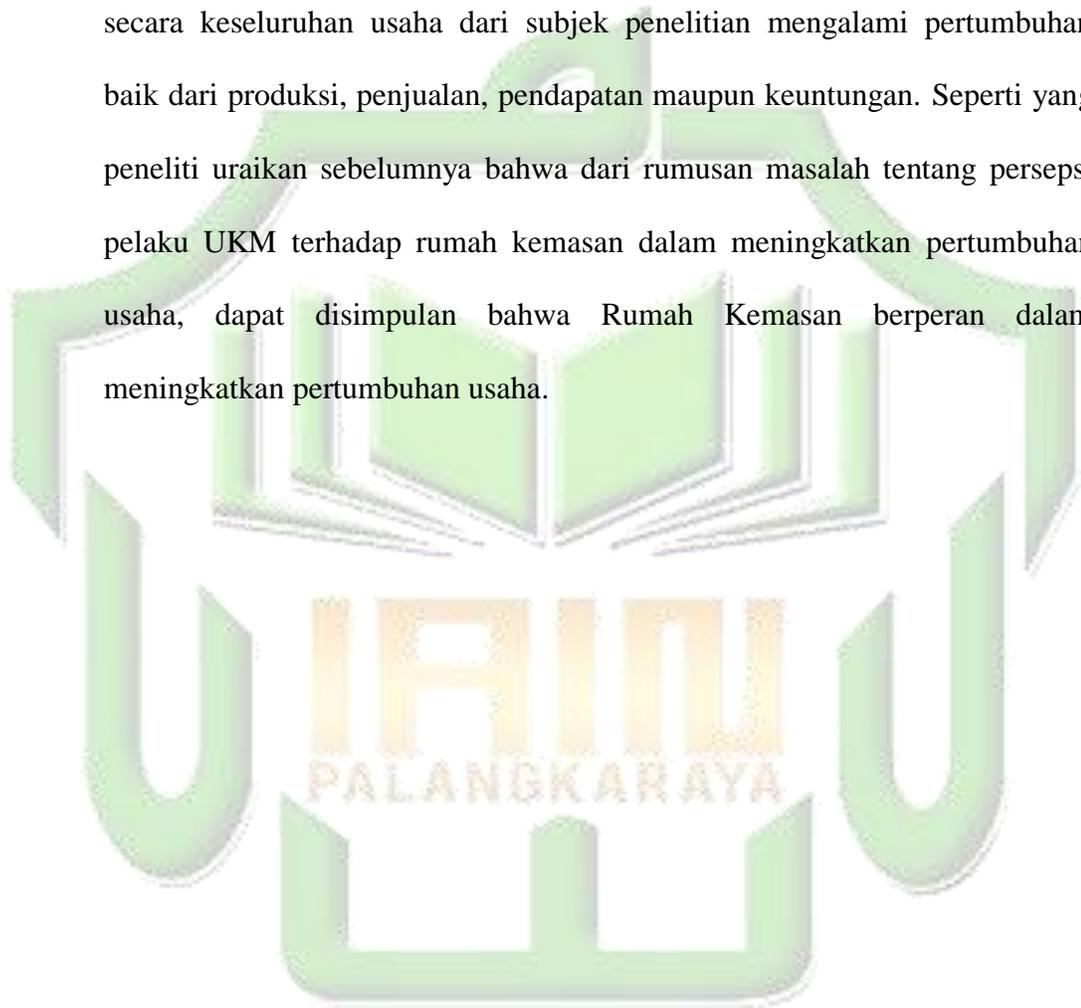
Ar, Kk, Sr, Gr dan Gn mengatakan bahwa penjualan mereka meningkat dengan terbantunya pelaku usaha dengan perubahan kemasan yang semakin menarik. Alasan penjualan meningkat tiap pelaku usaha berbeda beda seperti Sr yang mengatakan meningkat jika dibandingkan dengan sebelum menggunakan rumah kemasan dalam pengemasan produk dan ada juga yang mengatakan bahwa penjualan meningkat karena bertambahnya permintaan. Kesimpulan dari peneliti adalah subjek atau pelaku UKM merasakan pengaruh dalam hal penjualan atau bisa dikatakan meningkat.

c. Pendapatan dan Keuntungan

Mengenai pendapatan dan keuntungan dalam usaha, pelaku UKM sebagian besar mengatakan meningkat meskipun ada yang mengatakan sebaliknya. Gn menjelaskan karena meningkatnya harga produk dari rumah kemasan bukan meningkatkan keuntungan tetapi akan menurunkan keuntungan, karena Gn tidak menaikkan harga produknya. Meskipun ada satu subjek yang diteliti mengatakan bahwa keuntungannya menurun tetapi empat subjek lain mengatakan sebaliknya

maka peneliti menyimpulkan bahwa berpengaruh dalam hal meningkatkan pendapatan dan keuntungan.

Dari hasil wawancara dengan pelaku UKM peneliti melihat bahwa dari teori *Shanmugam and Bhaduri* tentang faktor perkembangan usaha, secara keseluruhan usaha dari subjek penelitian mengalami pertumbuhan baik dari produksi, penjualan, pendapatan maupun keuntungan. Seperti yang peneliti uraikan sebelumnya bahwa dari rumusan masalah tentang persepsi pelaku UKM terhadap rumah kemasan dalam meningkatkan pertumbuhan usaha, dapat disimpulkan bahwa Rumah Kemasan berperan dalam meningkatkan pertumbuhan usaha.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara, faktor internal dan eksternal mempengaruhi munculnya persepsi pelaku UKM terhadap peran Rumah Kemasan. Pelaku UKM yang menjadi subjek penelitian dalam memberikan persepsi atau tanggapan terhadap peran Rumah Kemasan sebagian besar atau hampir seluruhnya memberikan tanggapan yang positif atau bisa dikatakan bahwa Rumah Kemasan berperan dalam usaha pelaku UKM terutama yang berkaitan dengan produk kemasan seperti meningkatkan kualitas kemasan, tampilan produk, harga jual dan lainnya, yang artinya Rumah Kemasan sudah menjalankan kewajiban sesuai dengan apa yang menjadi fungsi dan tujuannya. Persepsi atau tanggapan pelaku UKM yang negatif bisa menjadi bahan evaluasi bagi Rumah Kemasan untuk kedepannya.
2. Peran Rumah Kemasan dalam meningkatkan perkembangan usaha di akui oleh pelaku UKM, pengakuan itu bisa dibuktikan melalui observasi dan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu dengan adanya

perumbuhan produksi, penjualan, pendapatan dan keuntungan bagi pelaku UKM.

## **B. Saran**

Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil dan analisis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Rumah Kemasan diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen atau pelaku UKM. Keluhan terhadap hasil percetakan dan meningkatnya harga produk kemasan diharapkan bisa di selesaikan dengan baik, karena Rumah Kemasan di bangun oleh pemerintah untuk menggerakkan dan memfasilitasi kegiatan pelaku usaha
2. Untuk pelaku usaha terutama yang berkaitan dengan produk, sebelum mendesain kemasan ataupun mencetak kemasan konsultasikan dulu dengan pihak Rumah Kemasan agar hasilnya sesuai dengan apa yang diharapkan. Jika ada kendala atau masalah bisa dengan memberikan komplain dan saran yang baik.
3. Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian selanjutnya terutama dalam hal yang terkait atau meneliti substansi dari sudut pandang yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Jakarta: CV. Ferlia Citra Utama, 2008.
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja RosdaKarya, 2002.
- M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, Medan, Indeks, 2012.
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.
- Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: Grafindo Persada, 1999
- Mohammad Asrori, *Psikologi Pembelajaran*, Bandung: CV Wacana Prima, 2009.
- Mudrajad Kuncoro, *Masalah, Kebijakan dan Politik Ekonomika Pembangunan*, PT Gelora Aksara Pratama, 2010.
- Muhammad Sadi, *Ekonomi Islam*, Malang: Empat dua, 2016.
- Pemerintah Kota Palangka Raya, *Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Palangka Raya Tahun 2017*, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Palangk Raya, 2017.
- Rio F. Wilantara dan Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*, Bandung, PT Refika Aditama, 2016.
- Sarlito Sarwono Wirawan, *Pengantar Umum Psikologi*, Jakarta : P T. Bulan Bintang, 1983.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003.

Tiktik Sartika Partomo dan Abd. Rachman Soejoedono, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 2004.

## **B. Skripsi**

Aliya Khairunnisa, *Revitalisasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Melalui Program Sosial Bank Indonesia (Psbi) Kantor Perwakilan Bank Indonesia (Kpw Bi) Provinsi Kalimantan Tengah Palangkaraya*, (Skripsi), Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya, 2018.

Fakhurrozi, *Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu Tempe Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Kecamatan Kalideres, Jakarta Barat*, (Skripsi), Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017.

Indra Yanti Sari, *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar*, (Skripsi), Makasar, UIN Alauddin Makassar, 2016.

Rika Devi Kurniasari, *Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Produk Kerajinan Enceng Gondok "AKAR")*, (Skripsi) Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018.

## **C. Jurnal**

Aang Curatman, dkk, "*Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon*", Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon, Jurnal Logika, Vol. XVIII. No. 3. 2016.

Darwanto, *Membangun Daya Saing Ukm Dalam Perekonomian Nasional*, Universitas Diponegoro, Semarang, Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan. Vol. 2. No. 1 (2011).

Fahmi, H. Chairil Anwar, dan Eko Jokolelono, "*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Dalam Mempercepat Pembangunan Kota Palu*", Program Studi Magister Perencanaan Wilayah Pedesaan Pascasarjana Universitas Tadulako, Volume 6 Nomor 7 Juli 2018

Jasa Suatma, *Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario Di Kota Semarang*, Sekolah Tinggi Ilmu

Ekonomi Semarang, Jurnal Stie Semarang, Vol 5, No 2, Edisi Juni 2013

Musran Munizu, *Strategi Peningkatan Kinerja Dan Peran Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Pengolah Produk Berbasis Pangan*, Universitas Hasanuddin, Makassar, Journal of Management and Business, Vol 12, No 1 (2013).

Sudati Nur Sarfiah, dkk, *“Ukm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa”*, Universitas Tidar Magelang, Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan), Vol. 4. No. 2 (2019).

Widiya Dewi dan Mega M.C, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Sektor Industri Pengolahan Di Kota Malang*, STIE ASIA Malang, Malang, Jibeka Vol 11, No 2, (2017)

#### **D. Internet**

Kemenperin, *“Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun”*, diakses dari <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun->, pada 11 juni 2020 pukul 09:00.

Tirto.id, *Kenali Perbedaan UKM dengan UMKM Dari Segi Omset dan Aset*, Di akses dari <https://tirto.id/kenali-perbedaan-ukm-dengan-umkm-dari-segi-omset-dan-aset-ev4x>, pada 10 November 2020 pukul 01:01