

**KONTRIBUSI BUDAYA MUNGKUS DALAM MENINGKATKAN
PEREKONOMIAN MASYARAKAT
(Studi Kasus di Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis)**

Rita Patonah¹, Tati Heryati², Dedeh³, Endang Mulyadi⁴, Nur Rizqi Arifin⁵
Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia¹⁾²⁾³⁾⁴⁾⁵⁾

e-mail: rita_patonah@unigal.ac.id¹; tati0126@unigal.ac.id²; dedeh@unigal.ac.id³;
endang.mulyadi@unigal.ac.id⁴; nur_rizqi_arifin@unigal.ac.id⁵

ABSTRAK

Keberadaan Home Industry di Kecamatan Cikoneng sudah berlangsung secara turun temurun dan mampu memperluas lapangan kerja. Tenaga kerja yang dibutuhkan meliputi tenaga bagian produksi, pengemasan (mungkus) dan pemasaran. Adapun jumlah tenaga kerja yang paling banyak terlibat yaitu tenaga bagian pengemasan (mungkus). Respon masyarakat untuk bekerja di bagian ini sangat tinggi, karena tidak menuntut persyaratan akademik, usia, dan keterampilan khusus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kontribusi budaya mungkus dalam membantu perekonomian masyarakat. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Subyek penelitian yakni tenaga kerja yang bertugas sebagai pembungkus yang tersebar di sembilan desa di wilayah Kecamatan Cikoneng. Simpulan dari penelitian ini bahwa budaya mungkus merupakan mata pencaharian yang memberikan kontribusi dalam membantu perekonomian masyarakat.

Kata Kunci: *budaya mungkus, pendapatan, perekonomian.*

PENDAHULUAN

Sebagai upaya menjaga kelangsungan hidup manusia dituntut untuk berikhtiar atau bekerja. Perintah ini telah Allah wajibkan semenjak nabi pertama Adam Alaihissalam sampai Nabi terakhir Muhammad SAW, sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an (Q.S. An-Naba : 11) "Kami telah membuat waktu siang untuk mengusahakan kehidupan (bekerja). Dan Kami telah menjadikan untukmu semua di dalam bumi itu sebagai lapangan mengusahakan kehidupan (bekerja), tetapi sedikit sekali diantaramu yang bersyukur " (Q.S. Al-A'raf :10).

Realita saat ini masyarakat cenderung mengalami kesulitan dalam mencari lapangan kerja yang dapat menampung kelompok masyarakat yang sesuai dengan keterampilan, pendidikan, jenis kelamin, maupun usia. Selain itu beralihnya sektor pertanian ke industri semakin mempersulit masyarakat dalam mencari peluang kerja yang tidak mengikat waktu yang ketat serta keterampilan yang khusus.

Keberadaan UMKM di Kecamatan Cikoneng sudah berlangsung berpuluh tahun secara turun temurun. Adapun sektor usaha yang dilakukan yaitu di bidang kuliner seperti makanan tradisional dan jenis makanan ringan atau cemilan yang sedang *trend* disukai masyarakat baik anak-anak maupun dewasa. Permintaan akan hasil produksi ini selalu mengalami peningkatan baik jumlah barang maupun jenis barang, karena UMKM di Kecamatan Cikoneng sangat kreatif dalam mengikuti selera konsumen melalui pembuatan produk yang inovatif.

Wilayah pemasaran UMKM Cikoneng bukan hanya di pulau Jawa tetapi merambah ke berbagai daerah di luar pulau Jawa. Bertambahnya wilayah pemasaran maka berimbas pada kebutuhan tenaga kerja terampil baik dibidang produksi dan pengangkutan maupun tenaga kerja yang tidak menuntut keterampilan khusus (informal). Kebutuhan tenaga kerja informal jauh lebih banyak dibanding tenaga kerja yang menuntut keterampilan khusus yaitu tenaga dibagian pengemasan dengan sebutan bagian “mungskus”. Hal tersebut terjadi karena barang yang akan didistribusikan ke wilayah pemasaran sudah dalam bentuk kemasan sesuai dengan permintaan mulai dari kemasan besar (bal) sampai kemasan kecil. Pada umumnya bentuk kemasan kecil yang paling banyak diminati masyarakat karena harga lebih terjangkau oleh masyarakat ekonomi menengah kebawah.

Keberadaan tenaga informal bagian pengemasan (mungskus) hanya menuntut kesabaran dan ketekunan. Pekerjaan “mungskus” sangat diminati masyarakat karena selain dapat memilih tempat pengemasan juga dapat melibatkan anggota keluarga dalam mengisi waktu luang. Pekerjaan “mungskus” juga diminati oleh anak-anak usia sekolah yang tidak melanjutkan studi atau tidak tertampung dalam lapangan kerja formal. Kegiatan “mungskus” merupakan kegiatan yang sudah menjadi budaya di masyarakat sebagai mata pencaharian. Kecenderungan masyarakat memilih kegiatan mungskus lebih banyak dibanding menjadi buruh tani atau asisten rumah tangga, atau pekerjaan lainnya. Selain ada kemudahan dalam melakukan pekerjaan, upah yang diterima umumnya diberikan per minggu sesuai hasil pekerjaan.

KAJIAN PUSTAKA

1. Definisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian negara Indonesia. Jumlah UMKM mengalami peningkatan setiap tahun. UMKM bergerak di berbagai bidang usaha baik itu usaha dagang, jasa maupun bidang usaha industri. UMKM sangat menjamur di lingkungan masyarakat karena pendiriannya relatif lebih mudah dan dari segi finansial relatif tidak membutuhkan modal usaha yang terlalu besar. Sebagaimana menurut Departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UU No. 9 Tahun 1995) yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UM) adalah entitas usaha yang

mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- . Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih antara Rp 200.000.000 s.d. Rp10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan.

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. (Kurniasih, gamedia.com).

Menurut Tambunan (2012:22) “Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMi), Usaha Kecil (UK), dan Usaha Menengah (UM) umumnya didasarkan pada nilai asset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap”.

2. Kriteria UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki beberapa kriteria yang membedakannya dengan jenis usaha lain. menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, kriteria UMKM yaitu:

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).
- b. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Kriteria Usaha Kecil (KUK) sebagai berikut:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).

Lembaga internasional seperti *European Union* (EU) dan *World Bank*, juga memberikan pengertian UMKM yang cukup berbeda. EU melalui panduan yang dikeluarkan oleh *European Commission* memiliki kriteria untuk menentukan perusahaan sebagai UMKM adalah jumlah karyawan, omset tahunan dan neraca tahunan (*European Commission, 2005*). Kriteria jumlah karyawan adalah wajib, sedangkan dua kriteria keuangan lainnya merupakan pilihan perusahaan. (Yazfinedi, 2018). Hetifah Syaifuddin (dalam Hartono, 2014) mengungkapkan “siapa” yang dimaksud dengan UMKM adalah sebagai berikut:

- a. UMKM adalah usaha rakyat yang nilai kapitalnya relatif kecil, lambat melakukan ekspansi, tidak tahan dumping dan modal sering terpakai untuk kebutuhan rumah tangga.
- b. Dari segi personil, UMKM adalah usaha yang sering dilakukan secara mandiri (*self employment*), tidak menuntut ketrampilan yang tinggi, lemah latar belakang bisnis maupun akademis dan kurang wawasan perkembangan di luar.
- c. Dari segi manajemen, UMKM adalah usaha yang rentan terhadap pesaing, pasif dan tanpa integrasi dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan kontrol.
- d. Dari segi sarana dan teknologi yang terbatas dan seringkali out of date, mudah diungguli pesaing dan mengalami kesulitan manajerial maupun finansial dalam pengembangan teknologi.
- e. Dari segi kontrol sosial ekonomi, iklan tidak mendorong orang memakai produk usaha rakyat karena gengsi serta sering mengalami kesulitan menembus pasar yang lebih luas karena tidak standarnya produk dibanding dengan produk usaha besar.
- f. Dari segi sistem produksi, UMKM memiliki produktivitas yang rendah, seringkali menggantungkan diri pada pekerja keluarga tak dibayar dan sulit mengembangkan desain produknya.
- g. Dari segi institusi dan pengorganisasian, usaha rakyat umumnya berpandangan bahwa bisnis adalah tanggung jawab individu sehingga tidak disadari pentingnya berorganisasi dan karena sangat tersebar, sulit dikaitkan satu sama lain.

3. Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Perekonomian Indonesia

Keberadaan UMKM telah berkontribusi pada peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.53,89 triliun rupiah. (Siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021). Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kontribusi dalam menyerap tenaga kerja yang hampir mencapai 97% dari total tenaga kerja. Tentu saja hal tersebut merupakan angka yang cukup besar. Dari sisi jumlah tenaga kerja, menurut BPS sebuah usaha dikatakan sebagai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah jika memiliki tenaga kerja sebanyak 5-99 orang (Yazfinedi, 2018). UMKM di wilayah Kabupaten Ciamis yang berhasil banyak menyerap tenaga kerja khususnya tenaga kerja informal yaitu UMKM yang berada di wilayah Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis yang umumnya bergerak di bidang industri makanan ringan.

4. Pengertian Budaya Mungkus

Menurut Koentjoroningrat (1980) budaya merupakan perkembangan majemuk dari budi daya yang berarti budi dari daya yang berupa cipta, karsa dan rasa manusia yang ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, budaya adalah adat istiadat, sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang. Budaya bersifat universal, mencakup seluruh bidang kehidupan, termasuk budaya di bidang ekonomi. Budaya merupakan salah satu dari sekian banyak faktor internal yang mempengaruhi perilaku seseorang (Sabrina Sihombing, 2013).

Kata “mungkus” merupakan bahasa sunda yang artinya membungkus atau mengemas suatu produk. Lingkungan UMKM di Kecamatan Cikoneng berada pada wilayah tatar sunda dan mayoritas masyarakat berbahasa sunda. maka istilah membungkus atau mengemas hasil produksi lebih cenderung menggunakan kata “mungkus”. Dalam kegiatan produksi, mungkus atau pengemasan merupakan salah satu cara untuk melindungi atau mengawetkan produk pangan maupun non-pangan. Kemasan adalah suatu wadah atau tempat yang digunakan untuk mengemas suatu produk yang dilengkapi dengan label atau keterangan – keterangan termasuk beberapa manfaat dari isi kemasan (Fitri Rahmawati, 2013).

Kegiatan pengemasan merupakan hal yang sangat vital dalam proses pasca produksi suatu barang, karena pengemasan ini bermanfaat untuk melindungi barang dari kerusakan. Sehingga ketika barang sampai ke tangan konsumen berada pada kondisi baik dan higienis khususnya jika produk berupa makanan. Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual dan dipakai. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi

produk yang ada di dalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (Denok Indraswati, 2017).

Pengemasan (*packaging*) sangat diperlukan dalam kegiatan bisnis karena kemasan yang menarik dapat menjadi daya tarik bagi konsumen untuk mempertimbangkan keputusan tindakan pembelian. Konsumen cenderung tidak tertarik untuk membeli barang jika kemasannya kurang menarik. Oleh karena itu diperlukan strategi dan berbagai inovasi dalam menciptakan desain kemasan karena kegiatan pengemasan dapat diadakan sebagai promosi produk. Pengemasan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan mutlak diperlukan dalam persaingan dunia usaha seperti saat ini. Saat ini kemasan merupakan faktor yang sangat penting karena fungsi dan kegunaannya dalam meningkatkan mutu produk dan daya jual dari produk. Kemasan produk dan labelnya selain berfungsi sebagai pengaman produk yang terdapat di dalamnya juga berfungsi sebagai media promosi dan informasi dari produk yang bersangkutan. Kemasan produk yang baik dan menarik akan memberikan nilai tersendiri sebagai daya tarik bagi konsumen (Wawan Agustina, 2020).

Mungkus merupakan salah satu mata pencaharian warga Cikoneng, awalnya kegiatan ini dilakukan oleh anak-anak usia sekolah yang tidak bisa melanjutkan studi dengan alasan biaya. Pekerjaan mungkus dilakukan di pabrik dengan jam kerja mulai pukul 05.00 sampai pukul 16.00. Dengan meningkatnya jumlah UMKM diiringi dengan peningkatan permintaan barang serta daya tampung, pihak UMKM memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk melakukan pengemasan di rumah. pekerjaan ini tentu saja sangat diminati oleh ibu rumah tangga karena dapat dikerjakan di rumah dan dapat melibatkan seluruh anggota keluarga. Sehingga semua anggota keluarga menjadi produktif.

5. Fungsi dan Kegunaan Kemasan

Kemasan memiliki beberapa fungsi. Secara umum kemasan berfungsi untuk melindungi produk agar tidak kotor dan rusak. Oleh karena itu kemasan memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia bisnis. Sebagaimana menurut Indraswati (2017) fungsi dan kegunaan kemasan yaitu:

- a. Sebagai wadah, perantara produk selama pendistribusian dari produsen ke konsumen.
- b. Sebagai Pelindung, kemasan diharapkan dapat melindungi produk yang ada di dalamnya dari berbagai faktor penyebab kerusakan baik yang disebabkan oleh faktor fisika, kimia dan biologi.
- c. Memudahkan pengiriman dan pendistribusian, dengan pengemasan yang baik suatu produk akan lebih mudah didistribusikan.
- d. Memudahkan penyimpanan, suatu produk yang telah dikemas dengan baik akan lebih mudah untuk disimpan.

- e. Memudahkan penghitungan, dengan pengemasan jumlah atau kuantitas produk lebih mudah dihitung.
- f. Sarana informasi dan promosi.

Adapun menurut Rahmawati (2013), fungsi kemasan yaitu: “1) Sebagai wadah atau tempat, 2) Sebagai pelindung, 3) Sebagai penunjang cara penyimpanan dan transport dan 4) Sebagai alat persaingan dalam pemasaran”. Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2012) menginformasikan fungsi kemasan adalah:

- a. Melindungi dan mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, benturan seta kontaminasi kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk
- b. Sebagai identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui merek yang tertera pada kemasan
- c. Meningkatkan efisiensi, seperti memudahkan proses penghitungan, pengiriman dan penyimpanan produk.

6. Tujuan Pengemasan

Menurut pendapat Indraswati (2013) tujuan pengemasan diantaranya, sebagai berikut :

- a. Melindungi makanan dari mikroorganisme dan kontaminasinya.
- b. Mencegah kehilangan atau pertambahan kadar air dalam makanan yang dikemas.
- c. Melindungi makanan dari oksigen dan cahaya.
- d. Memudahkan penanganan dan pengendalian.

Menurut <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-kemasan-produk/> tujuan pengemasan yaitu:

- a. *Physical Production*; pembuatan suatu kemasan produk memiliki tujuan untuk melindungi produk dari adanya iklim, getaran, guncangan, tekanan, dan faktor lain yang mampu merusak produk.
- b. *Barrier Protection*; dalam hal ini, pemasangan kemasan produk bertujuan untuk melindungi produk dari adanya hambatan oksigen,uap, air, debu, dll.
- c. *Containment of Agglomeration*; Pengemasan juga bertujuan demi mengelompokkan produk, sehingga proses penanganan dan penyaluran akan menjadi lebih efisien.
- d. *Information Transmission*; di dalam kemasan juga biasanya tercantum cara penggunaan transportasi, daur ulang, atau cara membuang kemasan tersebut.
- e. *Reducing Theft*; pemberian kemasan produk pun bertujuan untuk mencegah adanya tindak pencurian dengan cara melihat kerusakan fisik yang ada pada kemasan.

- f. *Convenience*; kemasan adalah salah satu fitur yang mampu meningkatkan kenyamanan, distribusi, penanganan, penjualan, tampilan, pembukaan, penutup, penggunaan, dll.
- g. *Marketing*; desain dan label yang menarik pada kemasan bisa digunakan oleh pihak pemasar untuk meningkatkan minat pembeli para konsumen.

Menurut Agustin Rozalena (2020) dalam buku Komunikasi Bisnis – Konsep dan Praktik (2020) beberapa tujuan kemasan yaitu:

- a. Untuk menjangkau calon pembeli agar membeli produknya.
- b. Untuk meningkatkan keuntungan atau laba.
- c. Untuk melindungi produk dari kotoran, debu, air, dan bahan lainnya yang bisa merusak isi produk.

Untuk menarik minat pembeli. Untuk mempermudah pembeli mengenal produknya.

7. Persyaratan Kemasan

Menurut Rahmawati (2013) beberapa persyaratan kemasan yang perlu diperhatikan agar kemasan berfungsi dengan baik yaitu:

- a. Tidak toksik.
- b. Harus cocok dengan bahan yang dikemas.
- c. Sanitasi dan syarat-syarat kesehatan terjamin.
- d. Dapat mencegah pemalsuan.
- e. Kemudahan membuka dan menutup.
- f. Kemudahan dan keamanan dalam mengeluarkan isi.
- g. Kemudahan pembuangan kemasan bekas.
- h. Ukuran, bentuk.
- i. Penampilan dan pencetakan.
- j. Biaya rendah.
- k. Syarat khusus.

Menurut Indraswati (2017) beberapa kriteria atau persyaratan yang harus dipertimbangkan dari sebuah kemasan yaitu:

- a. Penampilan.
Kriteria penampilan atau kenampakan kemasan sangat penting dan menonjol karena calon pembeli akan memperoleh keleluasaan untuk memilih barang, sehingga kemasan harus memiliki daya tarik besar.
 - 1) Jati diri produk.
 - 2) Informasi cara penggunaan produk.
 - 3) Informasi komposisi produk.
 - 4) Merk, identitas produsen.
 - 5) Promosi produk.
- b. Perlindungan.

Perlindungan merupakan syarat penting bagi kemasan. Besarnya perlindungan yang dikehendaki dari suatu produk tergantung pada sifat produk yang dikemas, tempat tujuan, cara distribusi dan daya simpan yang dikehendaki.

- 1) Interaksi kemasan dan isi.
- 2) Mikroorganisme (rayap, serangga, tikus, dan lain-lain).
- 3) Tekanan fisik.
- 4) Pukulan atau mekanik.
- 5) Tusukan.
- 6) Gerakan.
- 7) Suhu.
- 8) Sinar atau cahaya.
- 9) Keamanan (pemalsuan, pencurian, dan lain-lain).

c. Fungsi atau Kegunaan.

Kriteria fungsi pada kemasan dapat dibedakan menjadi fungsi yang berhubungan dengan pemakaian produk (end use) dan fungsi yang berkaitan dengan perilaku selama pengemasan atau pengisian sehingga diharapkan kemasan harus :

- 1) Memiliki daya tarik.
- 2) Mudah membukanya.
- 3) Mudah pemakaiannya.
- 4) Aman untuk lingkungan.
- 5) Mudah proses pembuatannya (mesin otomatis atau manual).

d. Harga atau Biaya.

- 1) Bahan pengemas tidak lebih mahal dari yang dikemas.
- 2) Mudah dalam penyimpanan dan penanganan kemasan.
- 3) Mudah dalam pengisian / penggunaan.
- 4) Transportasi lebih efektif dan efisien.
- 5) Asuransi.
- 6) Kerusakan produk dapat dihindari.
- 7) Berpengaruh terhadap pemasaran.

e. Penanganan Limbah.

Berkaitan dengan penanganan limbah, bahan kemasan diharapkan memiliki sifat sebagai berikut :

- 1) Dapat didaur ulang.
- 2) Pemakaian berulang.
- 3) Bersifat "*biodegradability*" (dapat diurai oleh alam / mikroba).

8. Penggolongan Kemasan

Menurut Indraswati (2017) kemasan dapat digolongkan berdasarkan beberapa hal antara lain :

- a. Klasifikasi kemasan berdasarkan frekwensi pemakaian.
 - 1) Kemasan sekali pakai (*Disposable*).

Yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah satu kali pakai. Contohnya bungkus plastik es, bungkus permen, bungkus daun, karton dus, makanan kaleng.
 - 2) Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (*Multi Trip*).

Seperti beberapa jenis botol minuman (limun, bir) dan botol kecap. Wadah-wadah tersebut umumnya tidak dibuang oleh konsumen, akan tetapi dikembalikan lagi pada agen penjual untuk kemudian dimanfaatkan ulang oleh pabrik.
 - 3) Kemasan yang tidak dibuang (*Semi Disposable*).

Wadah-wadah ini biasanya digunakan untuk kepentingan lain di rumah konsumen setelah dipakai, misalnya kaleng biskuit, kaleng susu dan berbagai jenis botol. Wadah-wadah tersebut digunakan untuk penyimpanan bumbu, kopi, gula dan sebagainya.
- b. Klasifikasi kemasan berdasarkan struktur sistem kemas (kontak produk dengan kemasan).
 - 1) Kemasan Primer.

Yaitu bahan kemas langsung mewadahi bahan pangan (kaleng susu, botol minuman, bungkus tempe).
 - 2) Kemasan Sekunder.

Yaitu kemasan yang fungsi utamanya melindungi kelompok kemasan lainnya, seperti misalnya kotak karton untuk wadah kaleng susu, kotak kayu untuk wadah buah-buahan yang dibungkus, keranjang tempe, dan sebagainya.
 - 3) Kemasan Tersier dan Kuartener.

Yaitu apabila masih diperlukan lagi pengemasan setelah kemasan primer, sekunder dan tersier. Umumnya digunakan sebagai pelindung selama pengangkutan.
- c. Klasifikasi kemasan berdasarkan sifat kekauan bahan kemasan.
 - 1) Kemasan fleksibel.

Yaitu bila bahan kemas mudah dilenturkan.
Contoh : plastik, kertas, foil.
 - 2) Kemasan kaku.

Yaitu bila bahan kemas bersifat keras, kaku, tidak tahan lenturan, patah bila dipaksa dibengkokkan.
Contoh : kayu, gelas, dan logam.
 - 3) Kemasan semi kaku/semi fleksibel.

Yaitu bahan kemas yang memiliki sifat-sifat antara kemasan fleksibel dan kemasan kaku.

Contoh : botol plastik (susu, kecap, saus) dan wadah bahan yang berbentuk pasta.

d. Klasifikasi kemasan berdasarkan sifat perlindungan terhadap lingkungan.

1) Kemasan hermetis (tahan uap dan gas).

Yaitu kemasan yang secara sempurna tidak dapat dilalui oleh gas, udara atau uap air sehingga selama masih hermetis wadah ini tidak dapat dilalui oleh bakteri, kapang, ragi dan debu.

Contoh : kaleng, botol gelas yang ditutup secara hermetis.

2) Kemasan Tahan Cahaya.

Yaitu wadah yang tidak bersifat transparan, misalnya kemasan logam, kertas dan foil. Kemasan ini cocok untuk bahan pangan yang mengandung lemak dan vitamin yang tinggi, serta makanan yang difermentasi.

3) Kemasan Tahan Suhu Tinggi.

Jenis ini digunakan untuk bahan pangan yang memerlukan proses pemanasan, sterilisasi, atau pasteurisasi.

e. Klasifikasi kemasan berdasarkan tingkat kesiapan pakai (perakitan).

1) Wadah Siap Pakai.

Yaitu bahan kemas yang siap untuk diisi dengan bentuk yang telah sempurna sejak keluar dari pabrik.

Contoh : wadah botol, wadah kaleng, dan sebagainya.

2) Wadah Siap dirakit atau disebut juga wadah lipatan.

Yaitu kemasan yang masih memerlukan tahap perakitan sebelum pengisian, Contoh: kaleng dalam bentuk lempengan dan silinder fleksibel, wadah yang terbuat dari kertas, foil atau plastik.

Umumnya kemasan yang digunakan oleh pelaku UMKM di wilayah Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis yaitu kemasan yang terbuat dari plastik. Kemasan plastik yang digunakan sangat variatif dari mulai ukuran bal (umbo) sampai dengan ukuran kemasan paling kecil. Hal tersebut disesuaikan dengan daya beli konsumen sarannya.

METODE

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif. Metode analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan dan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi” (Sugiyono, 2016).

2. Tahapan Penelitian

Prosedur dalam penelitian ini dilaksanakan melalui tiga tahap kegiatan.

- a. Tahap persiapan, meliputi mengidentifikasi permasalahan, melakukan studi literatur yang relevan, membuat rancangan penelitian, menyusun instrumen penelitian.
- b. Tahap pelaksanaan, meliputi kegiatan menginventarisir jumlah UMKM, jumlah tenaga informal (pembungkus), melakukan wawancara.
- c. Tahap analisis data dan pelaporan, meliputi mengelompokkan dan mendeskripsikan data setiap variabel, melakukan analisis data, membuat laporan, dan merealisasikan luaran penelitian.

3. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (dalam Riduwan, 2012:7) “Populasi adalah wilayah generelasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis.

a. Sampel

Menurut Sugiyono (dalam Riduwan, 2012:10) “Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Adapun jumlah kelompok masyarakat yang menjadi anggota sampel sebanyak 55 orang. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sebagaimana pendapat Sugiono (2011:281) “*purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel data penelitian dengan pertimbangan tertentu”.

Pertimbangan penulis dalam penarikan sampel dengan teknik *purposive sampling* sebagai berikut :

- 1) Jumlah tenaga kerja (mungkus) di setiap desa jumlahnya bervariasi.
- 2) Kegiatan membungkus dilakukan di tempat yang berbeda (di pabrik, kelompok, dan di rumah).

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu kelompok masyarakat yang memiliki kegiatan membungkus yang tersebar di sembilan desa yang berada di wilayah Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Penyebaran Angket. Menurut Riduwan (2012:52) “Angket (*Questionnaire*) adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respon (responden) sesuai dengan permintaan pengguna”. Kuesioner berisi sejumlah pertanyaan yang diberikan kepada masyarakat Kecamatan Cikoneng yang bekerja sebagai tenaga “mungkus”.
- b. Observasi

Observasi yang dilaksanakan dalam yaitu observasi pasif, karena penulis langsung datang ke tempat dimana kegiatan membungkus berlangsung.

c. Wawancara

Wawancara merupakan teknik atau salah satu metode untuk mendapatkan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepada obyek penelitian dan jawaban-jawaban dari obyek penelitian dicatat, wawancara dapat dilakukan melalui tatap muka (Sugiono, 2011:70)

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara semi terstruktur yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang tidak sesuai dengan urutan wawancara dengan kalimat/redaksi yang tidak sama, dengan demikian penulis mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

5. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini model Miles dan Hiberman yaitu *interactive model* yang komponen kerjanya meliputi triangulasi, *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), *conclusion drawing /verification* (Sugiono, 2011:246).

a. Triangulasi

b. Reduksi Data

c. *Conclusion Drawing Verification* (Penarikan Kesimpulan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Budaya Mungkus di Kecamatan Cikoneng

Kecamatan Cikoneng merupakan sentra industri yang memiliki jumlah *home industri* sebanyak 261 yang tersebar disembilan (9) desa dan jumlah ini diperkirakan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Produk yang dihasilkan berupa berbagai jenis makanan ringan/cemilan, permintaan akan produk tersebut mengalami peningkatan baik jumlah maupun jenis produk. Melalui adanya peningkatan permintaan tersebut maka meningkat pula tenaga kerja yang dibutuhkan. Berdasarkan informasi dari lapangan, jenis tenaga kerja yang dibutuhkan meliputi tenaga bagian produksi, pengemasan dan pengangkutan. Dari ketiga jenis tenaga kerja tersebut maka bagian pengemasan/membungkus yang paling banyak dibutuhkan yaitu 70 % dari jumlah tenaga kerja. Kebutuhan tenaga kerja ini menjadi peluang yang terbuka bagi masyarakat. Pekerjaan membungkus atau mengemas produk tela menjadi budaya.

Kegiatan mungkus yang dilaksanakan di pabrik umumnya dimulai pukul 06.00 atau sekitar pukul 07.00 sampai pukul 16.00. Kegiatan mungkus dilakukan oleh sebagian besar kaum perempuan dari berbagai usia mulai dari usia 12 tahun sampai usia diatas 60 tahun. Pekerjaan ini didominasi ibu rumah tangga, lulusan seKolah Dasar, SMP bahkan ada juga yang lulusan SMA sederajat. Umumnya

mereka merasa puas bekerja sebagai pembungkus, selain tuntutan pekerjaan yang mudah, bagi Ibu-ibu rumah tangga selain mendapatkan imbalan, mengisi waktu luang juga sebagai sarana *refreshing*.

2. Perekonomian Masyarakat di Kecamatan Cikoneng

Meningkatnya jumlah *home industry* di Kecamatan Cikoneng telah membuka kesempatan kerja bagi masyarakat dan dapat mengurangi pengangguran. Masyarakat yang memiliki pekerjaan “mungkus” memperoleh penghasilan berupa upah mungkus yang diterima dari pelaku *home industry* sebagai penyedia kesempatan kerja. Umumnya upah mungkus diberikan per minggu sehingga masyarakat memiliki pendapatan rutin. Besarnya upah tergantung dari *output* mungkus yang dihasilkan. Semakin banyak hasil pekerjaan mungkus maka semakin banyak pula pendapatan yang diperoleh masyarakat. Sebagaimana menurut Rosyidi (dalam Tulus 2014).

3. Kontribusi Budaya Mungkus dalam Membantu Perekonomian Masyarakat

Kegiatan mungkus merupakan pekerjaan utama bagi sebagian tenaga kerja yang terlibat, karena dapat membantu masyarakat yang kesulitan mendapat pekerjaan yang sesuai harapan yang memiliki keterbatasan. Pekerjaan mungkus sebagai alternatif yang mudah untuk mendapatkan penghasilan yang sudah pasti. Oleh sebab itu kegiatan mungkus ini dilakukan selain oleh ibu rumah tangga, tetapi juga dilakukan oleh anak usia sekolah yang tidak melanjutkan karena keterbatasan ekonomi, baik lulusan SD, SMP bahkan lulusan SMA.

Kegiatan mungkus ini merupakan salah satu upaya mencari imbalan untuk memenuhi kebutuhan hidup baik kebutuhan pribadi bagi yang berusia muda memiliki kemandirian secara finansial, membantu pemenuhan kebutuhan orang tua, membantu biaya pendidikan adik-adiknya, bagi Ibu rumah tangga membantu ekonomi keluarga tidak mengandalkan penuh pada penghasilan suami. Adapun bagi single parent (tidak memiliki suami) mereka bisa memenuhi kebutuhan keluarga.

KESIMPULAN

Simpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini, yaitu: kegiatan mungkus telah menjadi budaya bagi masyarakat Kecamatan Cikoneng sebagai mata pencaharian yang tidak mengenal kualifikasi pendidikan. Kondisi perekonomian masyarakat Kecamatan Cikoneng cukup baik. Mata pencaharian masyarakat sangat variatif dan sebagian besar bergerak di bidang *home industry*, termasuk salah satunya bekerja sebagai tenaga pembungkus/ pengemas makanan. Budaya mungkus berkontribusi meningkatkan perekonomian masyarakat melalui perolehan upah mungkus.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Q.S. An-Naba ayat 11
- [2] Q.S. Al-A'raf ayat 10
- [3] Himpunan Undang-Undang & Peraturan Ukm, Serta Kode Etik Asosiasi Franchise Indonesia (Afi) Kode Etik Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (Jakarta: Blessing Books: 2000) Hal. 8.
- [4] Siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2021. <https://ekon.go.id>. diakses tanggal 8 Desember 2021.
- [5] Yazfinedi. 2018. *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jurnal Quantum. Vol XIV Nomor 25. Januari-Juni 2018.
- [6] Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://www.kbbi.web.id/budaya>. diakses tanggal 8 Desember 2021.
- [7] Sihombing, Sabrina. 2013. *Pengidentifikasian Dimensi-Dimensi Budaya Indonesia: Pengembangan Skala dan Validasi*. <http://jp.feb.unsoed.ac.id>. diakses tanggal 8 Desember 2021.
- [8] Maulidah, Fadiliyah. 2015. *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan dan Konsumsi Terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi Jawa Timur*. Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan <https://journal.unesa.ac.id>. diakses tanggal 8 Desember 2021.
- [9] Rahmawati, Fitri. 2013. *Materi Pelatihan Pengemasan dan Pelabelan*. Yogyakarta: UNY. <http://staff.uny.ac.id>. diakses tanggal 8 Desember 2021.
- [10] Indraswati, Denok. 2017. *Pengemasan Makanan*. Ponorogo: Forum Ilmiah Kesehatan (FORIKES).
- [13] Agustina, Wawan. 2011. *Teknologi Pengemasan, Desain dan Pelabelan Kemasan Produk Makanan*. Subang: LIPI.
- [14] Maulidah, Fadiliyah. 2015. *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan dan Konsumsi Terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi Jawa Timur*. Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan. <https://journal.unesa.ac.id>. diakses tanggal 8 Desember 2021.
- [15] Riduwan. 2012. *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- [16] Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R& D*. Bandung: Alfabeta.
- [17] Tambunan. 2011. *Teori Ekonomi Makro*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- [18] Tulusana, Femmy M.G. 2014. *Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan Di Desa Lolah II Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa*. Jurnal LPPM Bidang EkoSusBudKum. <https://media.neliti.com>. diakses tanggal 8 Desember 2021.
- [19] Hartono. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta. Jurnal Bisnis & Manajemen Vol. 14, No. 1, 2014:15-30.