

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Salah satu produk industri yang mampu bersaing adalah bubuk kopi. Indonesia merupakan Negara penghasil kopi dan biji kopi terbesar setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia yaitu jenis Arabika, Robusta, Liberika dan Ekselsa. Jenis kopi Robusta mendominasi produksi kopi Indonesia yaitu sebesar 81,87% dari total jumlah produksi biji kopi pada tahun 2016, sementara sisanya sebesar 18,13% adalah kopi jenis Arabika (BPS, 2018). Perkembangan bisnis kopi saat ini banyak diminati salah satunya adalah usaha yang bergerak dibidang kedai kopi atau *coffee shop*. *coffee shop* merupakan salah satu jenis kafe yang dikategorikan sebagai kafe kecil yang menyediakan tempat minum kopi dengan fasilitas menunjang untuk kenyamanan konsumen. Maraknya bisnis *coffee shop* menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Bisnis kopi akan menjadi sebuah bisnis yang akan terus berkembang dari tahun ketahun. Menurut data *International Coffee Organization* (ICO), konsumsi kopi di Indonesia mencapai 5 juta kantong berukuran 60 kilogram pada periode 2020/2021. Jumlah itu meningkat 4,4% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 4,18 juta kantong berukuran 60 kilogram.

Berdasarkan kondisi peningkatan dari konsumsi kopi, bahwa bisnis kopi merupakan bisnis yang memiliki prospek yang baik kedepannya. Untuk dapat meningkatkan persaingan maka diperlukan inovasi pada produk dan penampilan produk yang menarik pada konsumen. Salah satu daya tarik usaha untuk menghadapi persaingan adalah melalui desain kemasan. Kemasan tidak dapat dipisahkan dari daya tarik produk karena konsumen secara nyata memperhatikan kesan yang ditimbulkan melalui kemasan. Oleh karena itu desain kemasan harus menarik konsumen agar memberikan apresiasi positif untuk membelinya. Dengan melakukan inovasi produk maka pengembangan dan desain (rancangan) produk yang baik dengan menciptakan strategi bisnis yang tepat untuk meningkatkan pangsa pasarnya.

Usaha bubuk kopi Pak Iben adalah usaha industri rumahan yang memproduksi bubuk kopi. Biji kopi yang digunakan oleh Pak Iben adalah biji kopi Arabika yang memiliki cita rasa yang asam yang sangat khas dan kopi Arabika dikenal sebagai kopi dengan kualitas terbaik karena memiliki aroma dan cita rasa yang lebih nikmat. Kemasan yang digunakan oleh Pak Iben saat ini masih menggunakan plastik *polypropylene* sehingga tidak terjaminnya keamanan dari produk akibatnya produk mudah terkontaminasi, pengemasan saat ini juga tidak informatif dan konsumen juga tidak bisa mendapatkan informasi mengenai produksi bubuk kopi pak iben yang sesuai dengan syarat BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).

Sebuah produk mempunyai nilai jual yang lebih apabila kemasannya menarik dan bisa bersaing dengan kemasan yang lain. Salah satu pengembangan kemasan yang ingin dicapai dari bubuk kopi Pak Iben adalah untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha dengan memperluas target pasar yang baru, dikarenakan pemasaran produk saat ini belum dikemas dengan baik, sehingga wilayah pemasarannya hanya di warung kecil dan belum ada izin usaha. Maka produk yang dihasilkan tersebut belum bisa dijual di pasar *modern* seperti toko oleh-oleh. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemasaran dan banyaknya pesaing yang beredar. Oleh karena itu, untuk meningkatkan bisnis bubuk kopi ini, Pak Iben berencana untuk meningkatkan wilayah pemasaran dengan mendistribusikan ke toko oleh-oleh dengan kualitas kopi yang premium dan kemasan yang baik untuk meningkatkan daya tarik produk dengan memenuhi syarat dari fungsi kemasan seperti dapat melindungi dan mengawetkan produk, sebagai identitas produk dan menambah daya tarik calon pembeli.

Untuk dapat memenangkan persaingan maka perlu ditingkatkan daya tarik melalui kemasan yang bervariasi dan memiliki daya saing yang tinggi. Pada dunia pemasaran persaingan merupakan hal yang lumrah dan wajar. Maka pemilik usaha dituntut agar dapat berinovasi dengan produk yang dihasilkan agar usaha tersebut dapat bersaing dengan kompetitor di dunia usaha. Salah satu metode pengembangan produk yang sesuai dengan pendapat konsumen adalah *kansei engineering*, dimana metode ini melibatkan perasaan dan emosi atau keinginan kepuasan dari konsumen dan melibatkan kedalam parameter desain.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, bahwasannya permasalahan yang terjadi pada produksi bubuk kopi Pak Iben ini adalah belum dapat besaing secara maksimal di pasaran dikarenakan produk yang dihasilkan tersebut belum bisa dijual di pasar modern seperti toko oleh-oleh. Dapat dilihat dari segi kemasan bubuk kopi pesaing yang beredar di pasaran saat ini jauh lebih bervariasi dan lebih praktis. Sedangkan semua produk bubuk kopi yang dijual di pasar modern harus mampu merencanakan kemasan dengan baik, maka dari itu kemasan menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan nilai jual karena dengan pengemasan yang baik konsumen akan merasakan ada hal yang berbeda dengan produk yang di jual. Banyak produsen yang kurang memperhatikan pentingnya kemasan dalam menunjang penjualan. Oleh karena itu untuk pengembangan usaha bubuk kopi ini perlu dilakukan desain kemasan yang baru agar dapat memperluas segmentasi pasar.

Pada kondisi sekarang kemasan bubuk kopi Pak Iben masih menggunakan plastik *polypropylene* yang mempunyai ketebalan yang minim sehingga tidak terjaminnya keamanan dari produk akibatnya produk mudah terkontaminasi dan pengemasan saat ini juga tidak praktis. Kemasan yang digunakan juga belum memenuhi syarat dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) yaitu syarat kemasan makanan untuk UMKM harus memiliki komposisi, kode produksi, masa simpan atau kadaluarsa, rancangan label dan alamat produksi). Berikut tampilan dari kemasan bubuk kopi pak iben dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut:



**Gambar 1.1 Kemasan Bubuk Kopi Pak Iben**

Dengan permasalahan tersebut maka peneliti akan melakukan proses pembuatan desain kemasan dengan menggunakan metode *kansei* untuk mempertimbangkan desain kemasan dari konsumen langsung agar dapat memiliki daya tarik pelanggan dan memperluas target pasar dari usaha bubuk kopi ini. Metode *kansei engineering* dipilih karena dengan metode ini item-item dalam pertimbangan desain kemasan diperoleh langsung dari keinginan konsumen, berdasarkan preferensi konsumen terhadap inovasi yang telah dilakukan, kemudian diterapkan kedalam parameter desain. Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi konsumen dilakukan dapat menentukan peningkatan atau penurunan tingkat penjualan produk. Sehingga dengan adanya inovasi baru terhadap pemilihan kemasan dan kebijakan pemasaran diharapkan dapat memberikan masukan bagi produsen untuk menemukan kemasan yang sesuai dengan produk yang disukai konsumen dan dapat meningkatkan pemasaran produk dalam membangun usaha bubuk kopi. Perancangan kemasan yang akan dilakukan dengan tujuan agar lebih menarik dan mempunyai ciri khas yang berbeda dari yang lain. Dengan permasalahan tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Desain Kemasan Bubuk Kopi Dengan Metode *Kansei Engineering*”**.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi *kansei word* yang mempengaruhi desain kemasan bubuk kopi.
2. Merancang desain kemasan produk bubuk kopi yang diminati konsumen dengan metode *kansei engineering*

### **1.4. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun dalam bentuk laporan tugas akhir dengan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan gambaran permasalahan secara umum yang menjadi latar belakang dalam penyusunan tugas akhir nantinya, yang berisikan

latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN LITERATUR**

Bab ini terdiri dari berbagai teori yang digunakan untuk menunjang penelitian serta yang menjadi landasan pemecahan masalah yang dilakukan.

## **BAB III METODOLOGI PERANCANGAN**

Berisikan uraian tentang permasalahan yang akan dibahas dan digunakan untuk menganalisa permasalahan yang dihadapi untuk mencapai suatu tujuan penelitian.

## **BAB IV PROSES PERANCANGAN**

Bab ini berisikan penjabaran gambaran perusahaan, konsep dan metode yang digunakan untuk menganalisa permasalahan yang dihadapi untuk mencapai tujuan penelitian, data-data yang akan diambil dan kemudian dilakukan penyelesaian terhadap permasalahan yang ada.

## **BAB V EVALUASI HASIL PERANCANGAN**

Bab ini akan dilakukan evaluasi hasil perancangan berdasarkan hasil dari rancangan yang telah dibuat.

## **BAB VI PENUTUP**

Berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan serta saran masukan yang berguna agar diperoleh penelitian yang lebih baik.