

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan merupakan hal yang wajar terutama dalam dunia pemasaran. Oleh karena itu, berbagai upaya perlu dilakukan untuk memenangkan persaingan ini. Bentuk persaingan untuk jenis produk makanan adalah kualitas rasa, harga dan kemasan produk. Fungsi dari kemasan produk salah satunya untuk menarik daya beli konsumen. Kemasan produk merupakan ciri khas karena hal pertama yang dilihat oleh konsumen yaitu kemasan suatu produk. Maka kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif. Pengemasan adalah kegiatan merancang dan membuat suatu wadah atau bungkus untuk mendeskripsikan sebuah produk (Kotler, 2003). Kemasan tidak hanya digunakan untuk menyenangkan dan memikat daya tarik konsumen, oleh karena itu kemasan termasuk salah satu dalam strategi pemasaran khususnya strategi produk yang dapat dilakukan dengan cara memperbaiki bentuk luar dari produk seperti pembungkus, etiket, warna, logo dan lain sebagainya agar menarik daya beli konsumen dan memberikan kesan bahwa suatu produk bermutu atau berkualitas baik.

Kemasan dapat diartikan sebagai suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk tertentu yang berada di dalamnya serta dapat memberikan citra tertentu pula untuk membujuk penggunaannya. Fungsi kemasan harus diciptakan agar mudah digunakan sebagai sesuatu yang dapat melindungi dan mudah dibuka untuk benda atau produk apapun. Hal terpenting yaitu harus berhasil dalam uji kelayakan sebagai fungsi pengemas untuk menjaga produk kemasan secara keseluruhan, serta menjaga produk dalam jangka waktu tertentu dikarenakan perpindahan tempat. Bahan, label serta warna merupakan bentuk elemen dasar yang diperlukan oleh konsumen dalam memilih kemasan. Pada kategori bahan item yang diinginkan konsumen yaitu plastik sebesar -0,080, dengan warna yang diinginkan konsumen yaitu lebih dari dua warna cerah sebesar spesifikasi yang diinginkan konsumen untuk kemasan produk ikan yaitu berbahan plastik, berlabel digital *printing*, dan memiliki warna lebih dari tiga warna cerah (warna yang cerah namun *detail* informasi masih dapat terbaca) dan beragam warna. Dari berbagai himpunan

beberapa kata *kansei* tersebut dibuat sebuah desain kemasan berdasarkan *item* dan kategori yang terpilih sehingga diperoleh suatu desain kemasan kerupuk ikan yang ada saat ini (Faisal, 2019).

Desain kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan produk. Jika bentuk dan bahan kemasan telah standard, maka elemen grafis pada kemasan dapat merupakan faktor penentu menarik atau tidaknya sebuah kemasan (Klimchuck, 2007). Desain kemasan yang baik tidak hanya menarik bila dipajang di rak penjualan, tetapi juga dapat meyakinkan konsumen untuk membeli. Pada dunia pemasaran persaingan merupakan hal yang lumrah dan wajar. Desain kemasan merupakan bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan (Klimchuck, 2007). Maka dari itu berbagai usaha dilakukan dalam upaya memenangkan persaingan. Salah satu diantaranya adalah membuat desain kemasan produk yang menarik sehingga dapat mengundang konsumen untuk membeli produk.

Toko Meli merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di Kota Padang dan bergerak dibidang pembuatan oleh-oleh khas Sumatera Barat. Toko Meli didirikan oleh Ibu Meli seorang warga Kota Padang yang memproduksi Mayang Pinang dan Sanjai. Produk sanjai diproduksi untuk di distribusikan kepada Produksi Pusat Oleh-Oleh terbesar dikota Padang. Sedangkan produk Mayang Pinang hanya dijual oleh Toko Meli. Produk tersebut terbuat dari bahan yang keras dan apabila kemasan sudah dibuka akan susah untuk ditutup kembali. Mayang Pinang masih menggunakan kemasan plastik jenis transparan biasa tanpa desain yang menarik, kemudian tulisan yang kurang jelas, informasi pada kemasan yang minim, tidak adanya *zipper* sehingga produk cepat masuk angin. Untuk itu perlu dilakukan perbaikan pada kemasan Mayang Pinang yang lebih menarik, kuat dan tahan lama. Dan *re-design* kemasan ini diharapkan dapat meningkatkan fungsi pada kemasan. Secara fungsi, kemasan yang ada saat ini belum tercapai belum maksimal. Hal ini dapat dilihat dari kemasan yang belum memberikan citra terhadap produk yang akan dikemas.

1.2. Rumusan Masalah

Kemasan ini telah disadari oleh produsen bukan hanya berfungsi untuk melindungi dan membungkus produk saja, namun sudah memiliki arti sebagai salah satu sarana untuk menarik konsumen sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Persaingan produk yang semakin ketat di pasar mengharuskan produsen untuk berfikir keras meningkatkan fungsi kemasan untuk dapat memberikan daya tarik pada konsumen.

Berdasarkan permasalahan di atas usaha Toko Meli desain kemasannya yang masih terbilang sederhana dan kurangnya daya tarik maka perlu peningkatan desain kemasan, kemasan yang ada saat ini belum tercapai secara optimal untuk itu perlu melakukan perbaikan pada kemasan Mayang Pinang. Pada penelitian ini dilakukan untuk mencapai produk yang berkualitas tinggi sesuai dengan keinginan konsumen. *Kansei Engineering* adalah salah satu metode yang cocok untuk mengidentifikasi keinginan konsumen melalui pernyataan kata-kata berorientasi pada pelanggan untuk pengembangan produk dengan perancangan kemasan produk yang baru. Penerapan teknik *Kansei Engineering*, konsep *detail* desain dan metode *Simple Additive Weighting* nantinya bisa membantu produsen dalam memecahkan permasalahan tersebut.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian tugas akhir ini yaitu:

1. Merancang kemasan produk Mayang Pinang yang baru dan memiliki daya tarik yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan menerapkan *Kansei Engineering* untuk konsep *detail* desainnya.
2. Pemilihan kemasan mayang pinang sudah di *re-design* menggunakan metode *simple additive weighting* dengan desain kemasan Mayang Pinang.

1.4. Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan teori untuk menunjang penelitian sebagai landasan pemecah masalah yang akan dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tata cara atau metode yang digunakan untuk penelitian yang menjabarkan tentang langkah-langkah penelitian dalam melakukan pemecahan masalah.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan data-data yang diperlukan dalam penelitian dan proses pengolahan data berdasarkan prosedur dan metode yang digunakan.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang analisis dan interpretasi dari hasil pengumpulan data dan pengolahan data yang berorientasi pada tujuan penelitian.

BAB VI PENUTUP

Berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan serta saran masukan yang berguna untuk UMKM yang lebih baik.