

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini banyak pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memulai usahanya dari rumah. Usaha yang dirintis dapat berupa produksi makanan, minuman, kerajinan dan hasil kebun. Awalnya, pelaku usaha UMKM hanya menggunakan sistem *door to door* untuk menjual barang produksinya. Strategi pemasaran dibutuhkan untuk mengembangkan target pasar. Strategi pemasaran yang baik akan mampu meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan UMKM. Strategi pemasaran yang direncanakan harus mempunyai informasi yang lengkap terkait produk agar konsumen tertarik untuk membeli.

Salah satu produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM yaitu produk makanan. Produsen makanan harus bisa mempertahankan cita rasa produk yang menjadikan produknya unggul di pasaran. Produsen harus mampu menarik konsumen untuk membeli produknya dan dapat bersaing di pasar. Salah satu cara yang bisa dilakukan produsen makanan adalah memberi kemasan pada makanan hasil produksinya. Kemasan merupakan sebuah wadah yang digunakan oleh produsen untuk membungkus produknya yang akan dipasarkan yang bertujuan untuk menarik konsumen untuk membeli (Varbage, 2006).

Kemasan sendiri memiliki arti secara umum bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan, benturan dan faktor lainnya (Varbage, 2006). Fungsi kemasan dijadikan sebagai *image* atau gambaran serta pandangan terhadap isi produk yang menjadikan ciri khas dari produk tersebut. Selain itu, kemasan juga bisa menampilkan keunggulan dari produk terhadap produk lainnya agar pesan yang disampaikan dapat ditangkap oleh konsumen. Pada kemasan makanan harus memperhatikan beberapa macam faktor, misalnya saja bahan yang digunakan untuk melindungi atau membungkus makanan, sehingga makanan tersebut dapat dijaga kualitasnya, mudah untuk di bawa juga pada saat makanan tersebut tidak dapat habis dengan sekaligus, adanya tutup dari kemasan yang mudah untuk dibuka dan ditutup agar terlindungi dari udara luar sehingga lebih tahan lama. Salah satu produk yang sangat memerlukan kemasan dengan kualitas dan

tampilan yang bagus adalah kemasan untuk produk makanan. (Boedijanto. Dkk., 2010).

Awella Keripik merupakan salah satu UMKM yang memproduksi olahan singkong menjadi keripik yang beralamat di Kapalo Koto Pauh Kamar, Kabupaten Padang Pariaman. Awella Keripik memproduksi keripik jenis original dan balado. Dalam sebulan, Awella Keripik dapat memproduksi 2-3 kali produksi. Untuk satu kali produksi singkong yang dibutuhkan sebanyak 30 kg dan menghasilkan 70-80 bungkus keripik. Keripik yang diproduksi oleh Awella Keripik akan dipasarkan ke pusat oleh-oleh Padang Pariaman, pusat oleh-oleh Tiku dan minimarket terdekat.

Dalam sebulan Awella Keripik dapat mengirimkan kurang lebih 200 bungkus keripik. Berdasarkan informasi pemilik toko oleh-oleh, bahwa setiap keripik yang dikirimkan sering menerima komplain dari pelanggan terkait kemasan dan berakibat mengalami pengembalian produk. Konsumen sering mengkritik dan mengeluhkan tentang kemasan yang tidak rapi dan sering mendapatkan kemasan yang berlubang sehingga udara dapat masuk dan membuat keripik cepat lempem. Keripik yang semula bisa bertahan 5 bulan tetapi karena adanya faktor diatas hanya bisa bertahan 1-2 bulan saja. Akibatnya, tingkat produksi keripik di Awella keripik menurun. Faktor lainnya dapat berupa banyaknya pesaing keripik singkong yang lain yang lebih bisa menarik konsumen. Oleh karena itu, dilakukan penelitian untuk mendesain ulang kemasan keripik singkong untuk meningkatkan daya saing.

1.2. Perumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan di Awella Keripik yang merupakan UMKM yang memproduksi keripik singkong. Usaha Awella Keripik masih tergolong sederhana dan belum mendapatkan banyak konsumen. Banyak konsumen yang memberikan kritik dan keluhan terkait kemasan produk. Konsumen sering mendapatkan kemasan dalam keadaan bolong, kurang tertutup dan kurang informatif. Tidak sering juga kemasan dipres secara tidak rapi dan membuat konsumen kurang tertarik untuk membeli. Hal ini dikarenakan pengepresan yang masih manual menggunakan api yang mengakibatkan produk kemasukan udara dan

menghilangkan rasa renyah keripik. Pada kemasan juga terdapat stiker kecil yang ditempel dengan desain yang sederhana yang mengakibatkan kurangnya ruang untuk dimasukan informasi produk dan UMKM tersebut.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam merancang desain kemasan *Quality function deployment* (QFD) sebuah metode pengembangan produk yang sudah dikenal di dunia industri, metode ini menerjemahkan kebutuhan dan keinginan pelanggan ke dalam produk (Wijaya, 2011). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang kemasan keripik singkong di Awella Keripik singkong. Penelitian ini menggunakan *Quality function deployment*. Metode QFD menerjemahkan apa yang diinginkan oleh pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan demikian persepsi pelanggan terhadap produk Awella Keripik pada perusahaan ini semakin baik dan perusahaan dapat mengurangi kerugian akibat rusaknya produk karena kemasan yang kurang baik. Maka dari itu penulis tertarik untuk membuat sebuah Tugas Akhir dengan judul **“Perancangan Ulang Kemasan Keripik Singkong Dengan Metode *Quality function deployment* (QFD) dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Awella Keripik”**.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian Tugas Akhir ini yaitu:

1. Mengidentifikasi aspek yang mempengaruhi desain kemasan keripik singkong baik dari segi warna kemasan, bahan kemasan, bentuk kemasan, merek kemasan dan label kemasan.
2. Menentukan atribut kemasan yang akan digunakan untuk desain kemasan keripik singkong di Awella Keripik menggunakan metode QFD.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan untuk mengurangi lingkup permasalahan penelitian supaya pembahasan tidak menyimpang dari tujuan penelitian dan menghindari dari pembahasan di luar konteks permasalahan. Adapun Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. Penelitian ini dilakukan di UKM Awella Keripik.

1. Penelitian di hanya fokuskan pada aspek yang berhubungan dengan desain kemasan yaitu aspek warna kemasan, aspek bahan kemasan, aspek estetika pada kemasan.

3

2. Responden yang mengisi kuesioner adalah konsumen terpilih dari UMKM Awella Kripik.
3. UMKM Awella Kripik tidak mempertimbangkan biaya dalam membuat desain kemasan baru. UMKM Awella Kripik dianggap mampu mengeluarkan biaya yang dihasilkan dari desain kemasan yang baru.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini di jelaskan secara singkta tentang latar belakang masalah, perumusan, masalah tujuan penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini akan membahas mengenai teori-teori relevan dan berkaitan sehingga dapat mendukung dalam pemecahan masalah yang dihadapi perusahaan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang penjelasan objek penelitian, jenis data yang digunakan, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan kerangka alir penelitian.

BAB IV PROSES PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang jabaran umum perusahaan. Konsep dan metode yang digunakan untuk menganalisa permasalahan yang dihadapi guna mencapai tujuan penelitian, data-data yang diperlukan kemudian dilakukan penyelesaian terhadap permasalahan yang ada.

BAB V EVALUASI HASIL PERANCANGAN

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

4

BAB VI PENUTUP

Berisikan kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang dilakukan serta saran untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN