

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi sumber daya alam kelautan yang cukup menjanjikan bagi kemakmuran rakyat, yang dapat memberikan peluang terhadap perluasan kesempatan usaha dan lapangan kerja, khususnya pada sektor perikanan sebagai sumber mata pencaharian bagi nelayan (Dahuri, 2001). Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan 17.504 pulau dan luas perairan laut 5,8 juta km^2 terdiri dari luas laut teritorial 0,3 juta km^2 , luas perairan kepulauan 2,95 juta km^2 , dan luas Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) Indonesia 2,55 juta km^2 (Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Sumatera Barat, 2015).

Sumatera dan pulau-pulau di sekitarnya memiliki 570 jenis spesies ikan tawar dan 46 jenis diantaranya merupakan ikan endemik (Syandri, 2008). Salah satu jenis ikan endemik ini adalah ikan Bilih (*Mystacoleucus padangensis*). Ikan Bilih hidup di perairan Danau Singkarak yang merupakan danau kedua terluas di Sumatera Barat setelah Danau Toba. Danau Singkarak terletak di dua Kabupaten yaitu Kabupaten Tanah Datar dan Kabupaten Solok dengan luas 11.200 Ha dengan kedalaman rata-rata 268 m (Kementerian Lingkungan Hidup, 2014).

Ikan Bilih (*Mystacoleucus padangensis*) merupakan spesies ikan asli dari Danau Singkarak yang menjadi salah satu daya tarik dari danau ini. Ikan Bilih menjadi salah satu ikan ekonomis penting karena banyak diminati dan harganya yang cukup tinggi (Purnomo *et al.*, 2003). Menurut data yang diperoleh dari Statistik Perikanan Sumatera Barat, populasi ikan Bilih mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Akan tetapi pada tahun 2013 produksi ikan Bilih mengalami peningkatan mencapai 770,1 ton. Setelah itu pada tahun 2014 produksi ikan Bilih menurun sebanyak 64,06 ton setelah itu pada tahun 2015 mengalami kenaikan sebanyak 65,1 ton. Dapat disimpulkan bahwa jumlah produksi ikan Bilih di Danau Singkarak mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun ke tahun.

Potensi ikan yang cukup besar perlu dikelola untuk dapat menghasilkan produk olahan yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Potensi ikan yang cukup besar di kawasan Danau Singkarak khususnya di daerah Ombilin adalah pengeringan dengan cara dijemur dan digoreng. Produksi pengolahan ikan Bilih ini dilakukan oleh masyarakat dalam bentuk industri rumahan.

Saat ini, industri rumah tangga yang memproduksi olahan ikan, lebih mengkhususkan pengolahan Ikan kering. Ikan Bilih yang diolah dan diproduksi oleh Ibu Nela, pengembangan usaha masih kurang, terutama dalam hal pengemasan. Belum adanya pengemasan dan *labelling* pada industri ikan Bilih yang menyebabkan jumlah produksi tidak dapat dimaksimalkan. Kemasan ikan Bilih Nela yang digunakan sekarang memiliki tampilan, struktur dan warna yang tidak menarik dan terbilang biasa saja karena kemasan yang digunakan sekarang hanya menggunakan plastik bening. Pembeli pun tidak mendapatkan informasi mengenai produk ikan Bilih baik itu mengenai nama usaha, nama produk, label halal maupun izin usaha.

Menurut Cenadi (1999), daya tarik suatu produk tidak dapat terlepas dari kemasannya. Kemasan merupakan pemicu karena ia langsung berhadapan dengan konsumen. Karena itu kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif. Dengan kondisi pasar di era sekarang maka dibutuhkan usaha ekstra yang harus diterapkan agar usaha yang digelar dapat bersaing yaitu salah satu caranya dengan membuat produk yang memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri sehingga produk yang dipasarkan memiliki kesan tersendiri saat melihat produk yang dipasarkan. Contohnya dengan membungkus produk yang diproduksi dengan kemasan yang dapat memberikan daya tarik bagi konsumen.

Tjipto dalam Puryantoro (2018) menyatakan bahwa menyatakan bahwa pemberian kemasan pada produk memiliki beberapa tujuan, yaitu (a) Pelindung isi (*protection*); (b) Memberikan kemudahan dalam penggunaan (*operation*); (c) Bermanfaat dalam pemakaian ulang (*reusable*); (d) Memberi daya tarik (*promotion*) berupa aspek artistik, warna, bentuk, dan desain; (e) Sebagai salah satu identitas produk (*image*); (f) Memudahkan proses distribusi (*shipping*); dan (g) Dapat memberikan informasi (*labelling*) yang menyangkut isi, pemakaian,

kualitas, dan sebagai cermin dalam inovasi produk yang berkaitan dengan kemajuan teknologi dan daur ulang.

Menurut Setyawan (2016), berbagai upaya pemasaran - promosi ke minimarket di sekitar lokasi produksi dan partisipasi aktif dalam kegiatan pameran potensi daerah yang pernah dilakukan oleh pihak-pihak terkait tidak mampu mendorong peningkatan kapasitas produksi pengolahan Ikan Bilih. Hal itu semata-mata disebabkan belum adanya *brand* dan *labelling* sehingga produk belum mempunyai nilai jual yang menarik. Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai desain kemasan produk dengan tujuan produk Ikan Bilih dapat bertahan lama, memberikan kesan yang menarik serta bisa di pasarkan di *minimarket* dan pasar modern.

1.2 Perumusan Masalah

Produsen dituntut dapat berinovasi dalam menjadikan usaha yang digeluti memiliki daya tarik tersendiri khususnya di dalam pengemasan. Banyak produsen yang kurang memperhatikan kemasan yang sebenarnya mampu menunjang penjualan. Pengemasan yang baik membuat konsumen merasa ada daya tarik untuk membeli produk yang dijual.

Pengolahan ikan Bilih dilakukan dengan cara digoreng dan direbus, permasalahan yang dialami oleh UKM buk Nella adalah belum dapat bersaing secara maksimal dipasaran dikarenakan produk tidak memiliki kemasan yang menarik. Untuk penjualan ikan Bilih yang digoreng, ikan dibungkus menggunakan plastik bening dengan ukuran $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{2}$, dan 1kg. Sedangkan untuk ikan Bilih yang direbus dibungkus dengan menggunakan daun pisang atau dengan kantong plastik. Dengan menggunakan pembungkus daun pisang dan kantong plastik tersebut tentunya ikan bilih yang telah dibeli tidak dapat bertahan lama dikarenakan terkontaminasi dengan pengaruh udara luar seperti sinar matahari dan oksigen. Tentunya konsumen akan membeli ikan bilih ini dengan isi yang sedikit mengingat kemasan yang digunakan tidak dapat memberikan ketahanan yang lama pada produk tersebut. Adanya kemasan produk pada UKM dengan menggunakan metode *Kansei* akan mempermudah produsen untuk memperluas

target pasar, karena kemasan tersebut bisa menjadi alat promosi terselubung dan syarat untuk dapat masuk ke *minimarket* dan pasar modern.

Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut peneliti akan mendesain kemasan yang tepat untuk digunakan sebagai alat pembungkusnya agar produk tersebut dapat bertahan lama dan dapat masuk ke *minimarket* dan pasar modern. Salah satu metode yang digunakan untuk merancang kemasan ini adalah dengan menggunakan *Kansei Engineering*. Metode *Kansei Engineering* adalah metode yang dipakai untuk mengidentifikasi aspek psikologis konsumen saat berinteraksi dengan produk dan menemukan hubungan antara perasaan tersebut dengan karakteristik produk berdasarkan citra image konsumen atau diartikan sebagai *picture of mind*, yaitu suatu gambaran yang ada dalam benak seseorang (Nagamaci, 2010). Oleh karena itu Tugas Akhir ini diberi judul : **“Desain Kemasan Ikan Bilih Berdasarkan Kansei Engineering Dalam Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)”**.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menentukan elemen-elemen desain berdasarkan kata-kata *kansei*.
2. Merancang sebuah kemasan produk Ikan Bilih yang baru yang memiliki daya tarik sesuai dengan ekspektasi konsumen, dengan menerapkan kata-kata *Kansei Engineering* dalam konsep detail desain.

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, maka perlu dibuat batasan-batasan dalam melakukan penelitian ini.

Adapun yang menjadi batasan masalah ini adalah penelitian terfokus :

1. Desain kemasan dikemas dalam kuantitas 2 ons, 1 ons, dan ½ ons.
2. Kuesioner pemilihan alternatif desain disebarkan kepada konsumen ikan Bilih.
3. Penelitian ini mencakup elemen-elemen faktor desain kemasan, seperti yang diutarakan oleh I Mudra (2010), yaitu terdiri dari beberapa faktor : keamanan, pendistribusian, ekonomi, komunikasi, ergonomis, estetika, identitas, dan promosi, serta lingkungan.

4. Tahapan desain sampai tahap *prototype*.
5. Pembahasan tidak mempertimbangkan harga jual produk setelah dikemas.
6. Type *Kansei* yang digunakan yaitu type 1 dan II.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, berisikan penjelasan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Batasan Masalah dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini dicantumkan penelitian terdahulu yang terkait dengan tema *Kansei Engineering* beserta perbandingan tujuan, metode dan hasil penelitian. Bab ini juga menjelaskan studi-studi literatur yang bermanfaat pada awal mulai penelitian hingga akhir penelitian yang meliputi metode penelitian yang digunakan dan langkah-langkah pengolahan data.

BAB III PENGKAJIAN SISTEM

Bab ini berisi uraian tentang permasalahan yang akan dibahas untuk menganalisa permasalahan yang ada sehingga tercapainya tujuan 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.

BAB VI PENUTUP

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