

TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN KRIPIK TALAS BALADO
BERDASARKAN KONSEI *ENGINEERING*
DI UMKM KRIPIK BALADO SALSABILA**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memenuhi Gelar Sarjana Teknik
Industri pada Jurusan Teknik Industri Universitas Bung Hatta

Oleh:

ELIZA ULAN MANDARI

NPM: 2010017311036



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN
TUGAS AKHIR

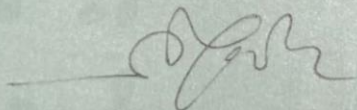
PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN KRIPIK TALAS BALADO
BERDASARKAN KONSEI *ENGINEERING*
DI UMKM KRIPIK BALADO SALSABILA

Oleh:

ELIZA ULAN MANDARI
NPM: 20100173110036

Disetujui Oleh:


Pembimbing



(Ir. Ayu Bidiawati JR., S.T., M.Eng., IPM., AER.)
NIK/NIP: 960 500 440

Diketahui Oleh:

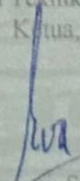
Fakultas Teknologi Industri

 Dekan,

(Prof. Dr. Eng. Reni Desmiarti, S.T., M.T.)
NIK/NIP: 990 500 496

Jurusan Teknik Industri

Ketua,


(Eva Suryani, S.T., M.T.)
NIK/NIP: 971 100 371

ABSTRAK

Konsumen selalu dipengaruhi oleh emosinya ketika memilih produk dan mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, produsen harus mempertimbangkan hal ini ketika merancang kemasan produknya. Aspek penting dari suatu produk adalah kemasannya. Hal serupa juga terjadi pada UMKM Keripik Balado Salsabila yang sudah berdiri sejak tahun 2015 dan aktif bergerak di bidang produksi dan distribusi jajanan khas Padang. Produk yang diproduksi langsung oleh UMKM antara lain Keripik Varad Asli, Keripik Varad Rasa Durian, Keripik Varad Pisang, Keripik Singkong Rasa Bawang, Keripik Singkong Keju, Keripik Varad Telur Asin, Keripik Varad Emping, Keripik Talas Balado. Kapasitas produksi harian 500-700 pcs, dan jumlah karyawan 12 orang. Produk Keripik Talas Balado yang ditawarkan dikemas dalam plastik transparan biasa dan ditempel stiker dengan informasi tambahan pada kemasan produk. Dalam konteks ini, UMKM ingin mengembangkan segmentasi pasar yang lebih luas terhadap produk Keripik Talas Balado melalui promosi produk. Oleh karena itu, perlu adanya inovasi kemasan produk yang dapat merangsang minat konsumen untuk mencoba produk yang ditawarkan. Metode yang digunakan adalah Kansei *Engineering*. Inovasi desain kemasan berfokus pada pilihan konsumen terhadap bentuk kemasan, bahan kemasan, dan tampilan kemasan yang diinginkan. Keinginan konsumen ditentukan melalui penyebaran kuesioner berdasarkan teknik sensitisasi yang bertujuan untuk mencerminkan emosi dan kebutuhan psikologis konsumen dalam desain kemasan produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi nilai kategorikal dan merancang kemasan sehingga diperoleh hasil dari perancangan kemasan Keripik Talas Balado. Hasil penelitian menghasilkan dua alternatif desain kemasan produk yang memenuhi permintaan konsumen. Artinya, label kemasan komposit yang memuat informasi tentang format kemasan *Standing pouch*, bahan kemasan aluminium, dan produk yang dikemas, izin usaha dan informasi terkait UMKM lainnya. Desain kemasan dilengkapi dengan penutup *ziplock* sehingga memudahkan konsumen dalam membuka dan menutup kemasan produk.

Kata Kunci: Inovasi Desain Kemasan, Segmentasi Pasar, Metode Kansei *Engineering*.

ABSTRACT

Consumers are always influenced by their emotions when choosing products and making purchasing decisions. Therefore, manufacturers should consider this when designing their product packaging. An important aspect of a product is its packaging. This is also the case with the Salsabila Balado Chips MSME, which has been established since 2015 and is actively engaged in the production and distribution of typical Padang snacks. Products produced directly by MSMEs include Original Varad Chips, Durian Flavored Varad Chips, Banana Varad Chips, Onion Flavored Cassava Chips, Cheese Cassava Chips, Salted Egg Varad Chips, Emping Varad Chips, Talas Balado Chips. Daily production capacity is 500-700 pcs, and the number of employees is 12 people. The offered Talas Balado Chips products are packaged in ordinary transparent plastic and stickers are affixed with additional information on the product packaging. In this context, MSMEs want to develop a wider market segmentation of Talas Balado Chips products through product promotion. Therefore, it is necessary to innovate product packaging that can stimulate consumer interest in trying the products offered. The method used is Kansei Engineering. Packaging design innovation focuses on consumer choice of packaging form, packaging material, and desired packaging appearance. Consumer desires are determined through the distribution of questionnaires based on sensitization techniques that aim to reflect the emotions and psychological needs of consumers in product packaging design. The purpose of this research is to identify categorical values and design packaging so as to obtain the results of the packaging design of Talas Balado Chips. The research results produced two alternative product packaging designs that meet consumer demand. That is, a composite packaging label that contains information about the Standing pouch packaging format, aluminum packaging material, and packaged products, business licenses and other MSME-related information. The packaging design is equipped with a ziplock closure, making it easier for consumers to open and close the product packaging.

Keywords: *Packaging Design Innovation, Market Segmentation, Kansei Engineering Method.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

BIODATA

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

PERNYATAAN PEMBIMBING

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

DAFTAR ISI..... i

DAFTAR TABEL iv

DAFTAR GAMBAR v

DAFTAR LAMPIRAN vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang1

1.2. Perumusan Masalah3

1.3. Tujuan Penelitian4

1.4. Batasan Masalah4

1.5. Sistematika Penulisan5

BAB II KAJIAN LITERATUR

2.1. Pengertian Kemasan.....6

2.1.1. *Klasifikasi Kemasan* 6

2.1.2. *Variabel Kemasan* 8

2.2. Desain10

2.2.1. *Desain Kemasan*11

2.2.1.1. Daya Tarik Kemasan 12

2.2.1.2. Faktor-faktor Desain Kemasan..... 12

2.2.1.3. Fungsi Kemasan	14
2.3. Kansei <i>Engineering</i>	16
2.3.1. Jenis-jenis Kansei <i>Engineering</i>	16
2.3.2. Penggunaan Kansei <i>Engineering</i>	18
2.3.3. Proses Kansei <i>Engineering</i>	19
2.3.4. Analisa <i>Conjoint</i>	20
2.3.5. Kansei <i>Word</i>	20
2.4. Kuesioner	21
2.5. Segmentasi Pasar	22
2.6. Skala Penilaian	22
2.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	24

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

3.1. Studi Pendahuluan	25
3.2. Studi Literatur	25
3.3. Identifikasi Masalah	25
3.4. Tujuan Penelitian	26
3.5. Pengumpulan Data	26
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	27
3.7. Tahapan Perancangan Kansei <i>Engineering</i>	27
3.8. Evaluasi Hasil Perancangan	29
3.9. Penutup	29

BAB IV PROSES PERANCANGAN

4.1. Pengkajian Sistem	31
4.1.1. Gambaran Umum <i>UMKM</i>	31
4.1.2. Proses Produksi <i>UMKM Kripik Balado Salsabila</i>	32
4.1.2.1. Bahan Baku	33
4.1.2.2. Tahapan Proses Produksi	33
4.1.3. Existing Kemasan	37
4.2. Proses Perancangan	38

4.3. Tahapan Perancangan Kansei <i>Engineering</i>	38
4.3.2. Pengumpulan Kansei Word.....	39
4.3.3. Menyusun Struktur <i>Semantic Differential (SD)</i> Untuk Kansei Words.....	40
4.3.3.1. Uji Validitas	44
4.3.3.2. Uji Reliabilitas.....	44
4.3.4. Pengumpulan Sampel Produk.....	45
4.3.5. Daftar Item Kategori	50
4.3.6. Evaluasi Percobaan	51
4.3.7. Analisis Statistik.....	52
4.3.8. Interpretasi Data Yang di Analisis.....	54
4.4. Penentuan Desain Kemasan	55

BAB V EVALUASI HASIL PERANCANGAN

5.1. Analisa Kuesioner	56
5.4. Analisa Tahap Rancangan Berdasarkan Kansei <i>Engineering</i>	57
5.5. Analisa Perbandingan Desain Kemasan Kripik Talas Balado	60

BAB IV PENUTUP

6.1. Kesimpulan	62
6.2. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kansei <i>Words</i>	21
Tabel 4.1. Kansei <i>Word</i> Terpilih	40
Tabel 4.2. Pengelompokkan Kansei <i>Word</i>	41
Tabel 4.3. Eliminasi Kansei <i>Word</i>	42
Tabel 4.4. Rekapitulasi Eliminasi Kansei <i>Word</i>	42
Tabel 4.5. Bentuk Kusioner <i>Semantic Differential</i>	43
Tabel 4.6. Rekapitulasi Item dan Kategori dari <i>Semantic Differential</i>	43
Tabel 4.7. Uji Validitas	44
Tabel 4.8. Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.9. Sampel Kemasan Produk Kripik	45
Tabel 4.10. Pengurutan Item dan Kategori Kemasan Kripik	46
Tabel 4.11. Penjabaran Stimuli	47
Tabel 4.12. Rekapitulasi Item dan Kategori dari <i>Semantic Differential</i>	49
Tabel 4.13. Rata-rata Item dan Kategori	50
Tabel 4.14. Utilitas Item dan Kategori	50
Tabel 4.15. Elemen Desain Kata Kansei	51
Tabel 4.16. Komposisi Kripik Talas Balado	54
Tabel 4.17. Informasi Gizi Kripik Talas Balado	54
Tabel 4.18. Desain Kemasan Kripik Talas Balado	55
Tabel 5.1. Faktor Perbandingan Desain Kemasan	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. <i>Flowchart</i> Penelitian	31
Gambar 4.1. Proses Pengupasan Ubi Talas	35
Gambar 4.2. Proses Pembersihan Ubi Talas	35
Gambar 4.3. Proses Pemotongan Ubi Talas	35
Gambar 4.4. Proses Pencucian Ubi Talas	36
Gambar 4.5. Proses Penggorengan Ubi Talas	36
Gambar 4.6. Proses Pencampuran Bumbu Balado	37
Gambar 4.7. Proses Pengemasan Kripik Talas Balado	37
Gambar 4.8. Kemasan Sekarang	38
Gambar 4.9. Sampel Produk 1	48
Gambar 4.10. Logo <i>Brand</i>	52
Gambar 4.11. Logo <i>Food Grade</i>	53
Gambar 4.12. Logo Anjuran Buang Sampah	53
Gambar 4.13. Logo Halal	53
Gambar 4.14. Desain Kemasan Alternatif 2.....	55
Gambar 5.1. Perbandingan Desain Kemasan Sebelum dan Sesudah.....	60
Gambar 6.1. Inovasi Desain Kemasan	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Rekap Kuesioner Terbuka.....	L-1
Lampiran Data Pembobotan.....	L-2
Lampiran Data Rata-rata.....	L-6
Lampiran Gambar Alternatif Desain Kemasan	L-12
Lampiran Hasil Perhitungan SPSS 26	L-13
Lampiran Daftar Bimbingan Tugas Akhir.....	L-16

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Karena pengaruh permintaan konsumen terhadap suatu produk atau barang tertentu, perkembangan usaha baik skala industri, menengah (UMKM) maupun swasta berkembang sangat pesat, dan penyediaan produk yang dibutuhkan pun semakin mudah. Salah satu usaha yang menawarkan peluang besar dan menarik minat yang besar baik sebagai penjual produk maupun sebagai pembeli suatu produk tertentu adalah usaha makanan ringan atau makanan siap saji. Karena banyaknya permintaan dan bisnis yang menjanjikan, setiap perusahaan makanan ringan mempunyai daya saing yang berbeda-beda dalam memasarkan produknya di pasaran. Salah satu faktor yang turut memenangkan persaingan ini adalah tampilan kemasan yang mendorong konsumen untuk mencoba produk yang tersedia secara komersial.

Loyalitas konsumen terhadap suatu produk disebabkan oleh produsen yang mampu memuaskan keinginan konsumen dengan menawarkan produk yang menarik dengan kualitas terjamin dan harga terjangkau. Kemasan yang menarik dapat menjadi sarana promosi untuk leluasa memperkenalkan produk kepada konsumen dan memberikan informasi mengenai produk yang dijual. Informasi mengenai produk yang ditawarkan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. Kemasan merupakan salah satu bentuk komunikasi dengan konsumen sehingga menjadi elemen penting dalam proses pengambilan keputusan. Fungsi logistik dari kemasan produk adalah untuk melindungi produk pada saat pendistribusian, namun dari sudut pandang pemasaran, kemasan produk dapat menjadi cara yang menarik untuk menyampaikan pesan mengenai elemen produk kepada konsumen pada saat pembelian. Kemasan menyampaikan kepribadian suatu merek melalui berbagai elemen struktural dan visual, termasuk kombinasi logo, warna, tulisan, bahan kemasan, gambar, deskripsi produk, bentuk, dan elemen lain yang mengingatkan pada suatu merek (Wulansari, 2019).

Salah satu UMKM yang bergerak dibidang produksi makanan ringan berupa *snack* asli Padang yang berlokasi di Kubu Dalam Parak Karakah RT. 05 Rw. 02, Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat, dengan nama usaha Kripik Balado Salsabila yang sudah beroperasi sejak tahun 2015. UMKM Kripik Balado Salsabila dengan kapasitas produksi 500-700 pcs perharinya, untuk produk yang dipasarkan berupa produk makanan khas Padang

dengan jenis produk yang diproduksi langsung adalah Kripik Balado Original, Kripik Balado Rasa Durian, Kripik Pisang Balado, Kripik Singkong Rasa Bawang, Kripik Singkong Keju, Kripik Singkong Telur Asin, Kripik Emping Balado, Kripik Talas Balado. Pada UMKM Kripik Balado Salsabila kemasan yang digunakan untuk beberapa produk hanya menggunakan kemasan plastik biasa yang tidak mencantumkan informasi lengkap terkait produk tersebut dan beberapa produk hanya menggunakan kemasan plastik dengan stiker logo usaha dengan nama *brand* salsabila untuk dipasarkan.

Kemasan menjadi salah satu faktor yang menunjang keberhasilan promosi suatu produk yang mana kemasan mencakup identitas dan informasi terkait produk yang dipasarkan. Promosi menjadi salah satu upaya yang dilakukan oleh UMKM untuk memperoleh konsumen dan dapat bersaing dengan kompetitor lain dengan produk yang sama. Jangkauan pasar UMKM Kripik Balado Salsabila yang sekarang sudah tersebar ke beberapa wilayah Indonesia seperti Kalimantan, Sulawesi, Jawa, Papua dan wilayah Padang. UMKM Kripik Balado Salsabila juga sudah memiliki agen *reseller* dari kota Pariaman untuk produk Kripik Balado dan makanan ringan lainnya yang dipasarkan, sehingga diperlukannya suatu inovasi yang dapat menjadi faktor penunjang untuk daya saing bagi UMKM Kripik Balado Salsabila untuk dapat mencapai target pasar yang lebih luas, salah satunya dengan inovasi desain kemasan yang bertujuan untuk menarik minat konsumen. Untuk dapat memasarkan produk dengan luas dan mencapai pasar yang lebih luas maka diperlukannya identitas atau informasi terkait produk yang dijual, desain kemasan menjadi solusi yang tepat untuk dapat memberikan informasi terkait produk yang akan dipasarkan.

1.2. Perumusan Masalah

Fokus pembahasan adalah untuk memperoleh desain kemasan yang sesuai dengan keinginan konsumen terkait inovasi desain kemasan Kripik Talas Balado. Inovasi desain ini bertujuan untuk lebih mengenalkan produk Kripik Talas Balado UMKM Kripik Balado Salsabila dengan mencantumkan informasi-informasi terkait produk yang dipasarkan. Inovasi desain kemasan yang menjadi fokus pembahasan berupa desain kemasan untuk Kripik Talas Balado yang dapat menjaga kualitas produk dan menjadi produk yang diminati banyak konsumen. Dengan adanya perkembangan zaman maka banyak peluang serta kemudahan dalam mengakses pasar yang lebih luas melalui internet maupun secara langsung sehingga proses promosi atau penjualan makanan dapat terjangkau oleh pasar yang lebih luas. Dengan

inovasi desain kemasan yang diperoleh sehingga UMKM Kripik Balado Salsabila dapat bersaing dengan UMKM lainnya baik di wilayah Padang maupun UMKM diluar Padang yang menyediakan makanan ringan dengan jenis yang sama. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut maka dilakukan penelitian yang dapat menunjang tercapainya tujuan inovasi desain kemasan untuk UMKM Kripik Balado Salsabila. Adapun dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan Kansei *Engineering* yang akan memberikan perhatian ke perilaku dari beberapa orang dan mempelajari bagaimana personal *preferences* mereka terhadap gambar atau objek tertentu yang berkaitan dengan desain kemasan.

Pendekatan Kansei *Engineering* bertujuan untuk mewujudkan desain kemasan produk inovatif yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Rekayasa Kansei dapat didefinisikan sebagai metode penerapan proses psikologis manusia ke dalam desain produk yang diinginkan dengan mendefinisikan keinginan konsumen yang diidentifikasi dengan bahasa sensibilitas ke dalam desain produk (Stevianus Titaley, 2018). Rekayasa Kansei berfokus pada aspek-aspek penting yang diperlukan untuk pengemasan produk, yaitu pengemasan produk yang melindungi produk yang dijual, dan pengemasan yang juga berfungsi sebagai pengemasan untuk melindungi produk, serta mengembangkan alternatif yang memenuhi permintaan konsumen desain. Sarana informasi mengenai produk yang dijual Produk yang dijual. Kemasan yang menarik dengan kualitas terjamin dan harga terjangkau membuat semakin banyak pelanggan yang membeli. Namun untuk mencapai hasil tersebut, beberapa langkah harus diselesaikan untuk mendapatkan desain kemasan yang memenuhi permintaan konsumen. Rekayasa Kansei merupakan metode yang cocok untuk mengeksplorasi desain kemasan produk yang memenuhi kebutuhan konsumen dan desain kemasan yang diinginkan konsumen.

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh kata-kata kansei untuk menentukan keinginan responden terhadap item atau objek pada suatu desain kemasan produk.
2. Memperoleh inovasi desain kemasan berdasarkan kata-kata kansei.
3. Memperoleh desain kemasan yang dapat melindungi produk dan yang sesuai dengan keinginan responden.

1.4. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang akan memfokuskan pembahasan masalah berdasarkan batasan-batasan berikut diantaranya:

1. Responden yang dipilih untuk memperoleh kata-kata kansei merupakan responden umum.
2. Penyebaran kuesioner bertujuan untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap desain kemasan produk.
3. Fokus pembahasan hanya pada alternatif desain kemasan untuk produk Kripik Talas Balado.
4. Harga bahan baku dan harga jual produk pada Kripik Balado Salsabila tidak dibahas.
5. Kemampuan para karyawan pada Kripik Balado Salsabila diasumsikan dalam kondisi baik.
6. Proses produksi dan persediaan diasumsikan dalam kondisi baik.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan untuk memudahkan dalam menyusun proposal maka dibuat sistematika penulisan dengan rincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I berisikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan proposal penelitian.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Pada bab II berisikan tentang teori-teori pendukung terkait topik yang dibahas pada penelitian inovasi desain produk kripik talas balado berdasarkan kansei *engineering*.

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

Pada bab III berisikan tentang tahapan-tahapan perancangan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian dan memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian serta sesuai dengan tahapan kansei *engineering*.

BAB IV PROSES PERANCANGAN

Pada bab IV berisikan tentang penjabaran gambaran umum perusahaan, tahapan metode rancangan yang digunakan untuk menyelesaikan objek penelitian yang dibahas dan hasil rancangan yang menjawab tujuan penelitian.

BAB V EVALUASI HASIL RANCANGAN

Pada bab V berisikan tentang evaluasi terkait hasil rancangan yang telah didapatkan, hasil rancangan tersebut akan di evaluasi sesuai dengan tahapan proses rancangan. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui apakah hasil rancangan sudah sesuai dengan keinginan responden sehingga dapat menjawab tujuan penelitian.

BAB VI PENUTUP

Pada bab VI berisikan tentang Kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang disampaikan untuk hasil penelitian yang telah dilakukan.