

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kemasan merupakan pintu gerbang untuk masuk ke dalam pikiran konsumen Philips Kotler (1995). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Philips Kotler (1995) oleh diketahui bahwa kemasan mempengaruhi respons konsumen terhadap produk (89%), mengarahkan pembelian secara impulsif (69%), dan mendiferensiasi merek (84%). Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa, Setelah melihat suatu kemasan, 90% responden menyukai produk, 92% tertarik terhadap produk, 89% responden akan membeli, dan 73% akan membeli produk berulang. Kemasan juga akan membantu konsumen dalam memilih (84%), memberikan kesan akan produk dan membeli produk berulang (73%). Aktivitas mendesain dan membuat wadah atau bungkus sebagai suatu produk disebut sebagai pengemasan Kotler(1995). Sedangkan menurut Tjiptono (1995), pengemasan disebutkan sebagai proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Kemasan dapat diartikan sebagai suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk tertentu yang berada didalamnya serta dapat memberikan citra tertentu pula untuk membujuk penggunaanya.

Kemasan dapat dipahami sebagai suatu yang mudah dibawa, melindungi dan mudah di buka untuk benda maupun produk apapun. Hal yang terpenting adalah kemasan harus berhasil dalam uji kelayakan sebagai fungsi pengemas, dapat menjaga produknya secara keseluruhan, dapat menjaga serta mengkondisikan produk tersebut dalam jangka waktu tertentu dan karena perpindahan tempat. Ada tiga alasan utama untuk melakukan pembungkusan, yaitu keamanan produk yang dipasarkan, ketahanan produk agar tidak cepat basi/kadaluarsa dan membedakan dengan produk pesaing. Kemasan yang baik harus mempertimbangkan beberapa faktor, yaitu: faktor pengamanan, faktor ekonomi, faktor pendistribusian, faktor komunikasi, faktor ergonomi, faktor estetika, faktor identitas, faktor promosi dan faktor lingkungan.

Salah satu produk yang sangat memerlukan kemasan dengan kualitas dan tampilan yang bagus adalah kemasan untuk produk makanan. Di Sumatra Barat keripik balado merupakan olahan dari singkong yang diparut tipis memanjang kemudian dibumbui dengan saus. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Barat, merupakan industri makanan yang mayoritasnya menghasilkan rendang, keripik balado, kipang, dan abon ikan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kompetisi di industri makanan di Provinsi Sumatera Barat sangat ketat. Untuk memenangkan persaingan, maka setiap industri hendaknya mengamati pasar, mengenali kompetitor, menilai potensi pasar, dan melakukan *branding*. *Branding* merupakan hal yang paling penting namun paling sering dilupakan oleh banyak industri. Salah satu aspek dalam *branding* adalah kemasan produk. Faktor kemasan dalam keberhasilan penjualan keripik balado merupakan strategi yang sangat vital untuk mendukung suatu keberhasilan penjualan. Penampilan produk yang kurang menarik akan mengakibatkan pencapaian suatu penjualan tidak akan tercapai.

Perusahaan keripik balado bintang jaya 4x7 merupakan salah satu pusat oleh-oleh khas Sumatra Barat salah satunya adalah pembuatan keripik balado. Perusahaan ini ber alamat di belakang Olo nomor 22 Kota Padang. Di tempat pusat oleh-oleh Keripik Balado Bintang Jaya 4x7 adanya konsumen yang mengeluh tentang kemasan keripik balado yang tidak rapi saat pengepresan sehingga seringnya terjadi kebocoran pada plastik keripik tersebut yang mengakibatkan minyak dari keripik balado keluar dan mengenai beberapa keripik balado yang lain. Selain itu keripik balado jadi cepat masuk angin dan ada beberapa bungkus produk yang kurang renyah akibat tidak baiknya kemasan produk. Keripik balado yang biasanya bisa bertahan 6 bulan, akibat ada kemasan yang kurang baik jadinya hanya bertahan 1-2 bulan saja. pada label kemasan juga tidak ada tertulis komposisi pembuatan bahan makanan pada label kemasan.

Penelitian ini bertujuan memperbaiki desain kemasan dengan metode *Kansei Engineering*. Metode ini dilakukan dengan pendekatan emosional responden untuk menerjemahkan perasaan dan kesan ke dalam parameter produk dan diharapkan mampu memberikan kepuasan emosional pada konsumen dan produk mendapat nilai tambah dari konsumen. Dengan demikian persepsi

pelanggan terhadap produk keripik balado pada perusahaan ini semakin baik dan perusahaan dapat mengurangi kerugian akibat rusaknya produk karena kemasan yang kurang baik.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan di atas usaha Keripik Balado Bintang Jaya 4x7 perlu meningkatkan kualitas desain kemasan, karena terjadi kebocoran pada plastik keripik tersebut yang mengakibatkan minyak dari keripik balado keluar dan mengenai beberapa keripik balado yang lain selain terjadi kebocoran pada label kemasan tidak disertakan komposisi makanan. Untuk itu perlu melakukan perbaikan pada kemasan keripik balado. Pada penelitian ini dilakukan dengan cara memperbaiki kemasan dengan menerapkan metode *Kansei Engineering*.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian Tugas Akhir yaitu:

1. Memperbaiki kemasan di Usaha Keripik Balado Bintang Jaya 4x7 dengan metode *Kansei Engineering*.
2. Membandingkan kemasan produk lama dengan kemasan yang telah di desain.

## **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah bertujuan untuk mengurangi lingkup permasalahan penelitian supaya pembahasan tidak menyimpang dari tujuan penelitian dan menghindari pembahasan di luar permasalahan. Adapun pembahasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya untuk mendesain kemasan keripik balado di Usaha Keripik Balado Bintang Jaya 4x7.
2. Responden yang digunakan dalam kuisioner adalah pelanggan yang pernah membeli keripik balado yang berjumlah 30 responden.
3. Responden untuk kuisioner terbuka berjumlah 50 responden.
4. kategori desain yang diambil hanya berjumlah 14 kata *kansei*.

## **1.5 SISTEMATIKA PENULISAN**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Padababini di jelaskansecarasingkattentanglatarbelakangmasalah, perummsanmasalah, tujuanpenelitian, batasanmasalahsertasistematikapenulisan.

### **BAB II KAJIAN LITERATUR**

Padababiniakandibahasmengenaiseumateori yang relevandanberkaitansehinggadapatmendukungdalam pemecahanmasalah yang dihadapi perusahaan.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Padababiniberisikankerangkatahapanpelaksanaanpenelitiansertapenjelasannyadalammelakukan pemecahanmasalah yang dibahassehinggapenelitiandapatdilakukandenganlebih terarah dan memudahkankan menganalisis permasalahan yang ada.

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab iniberisikantentanggambaransecaranyatamengenaiproduk yang dibuat yaitukeripik balado. Melakukan pengolahan dengan menguji validitas dan reabilitas kuisisioner serta melakukan pengolahan data menggunakan analisis faktor.

### **BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab iniakanmenjelaskanmengenaianalisisPerbaikan dengan menggunakan metode *Kansei Engineering* yang didapat dari hasil peneltiandan pengolahan data SPSS. Kemudian membandingkan kemasam sebelum dan sesudah perancangan.

### **BAB VI PENUTUP**

Bab iniberisikantentangkesimpulanberdasarkanhasilpenelitian yangtelah di peroleh dan di sertai saran-saran untukkemajuanpelaksanaanpenelitian selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**