

**PERANCANGAN MODEL SANDAL KULIT PRIA KHAS
BUNUT DI UD. ANINDYA 2 DENGAN METODE
*KANSEI ENGINEERING***

SKRIPSI

**OLEH
DIMAS GUNAWAN
17 815 0117**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)24/6/22

**PERANCANGAN MODEL SANDAL KULIT PRIA KHAS BUNUT
DI UD. ANINDYA 2 DENGAN METODE
*KANSEI ENGINEERING***

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri
Universitas Medan Area



**OLEH
DIMAS GUNAWAN
17 815 0117**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perancangan Model Sandal Kulit Pria Khas Bunut dengan
Kansei Engineering di UD. Anindya 2

Nama : Dimas Gunawan

NPM : 17 815 0117

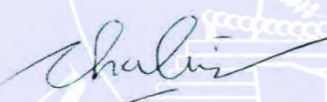
Fakultas : Teknik

Disetujui Oleh,

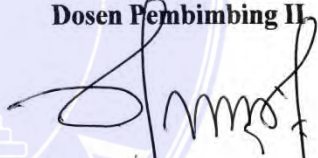
Komisi Pembimbing,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Chalis Fajri Hasibuan, S.T, M.Sc

NIDN: 0110068801


Yudi Daeng Polewangi, S.T, M.T

NIDN: 0112118503

Mengetahui :

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Program Studi


Dr. Rahmad Syah, S.Kom, M.Kom

NIDN : 0105058804


Nukhe Andri Silviana, S.T, M.T

NIDN: 0127038802

Tanggal Sidang : 7 Februari 2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)24/6/22

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dimas Gunawan

NPM : 17 815 0117

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 23 Maret 2022



Dimas Gunawan
178150117

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Gunawan

NPM : 178150117

Program Studi : Teknik Industri

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Perancangan Model Sandal Kulit Pria Khas Bunut dengan *Kansei Engineering* di UD. Anindya 2. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 23 Maret 2022

Yang menyatakan



(Dimas Gunawan)

ABSTRAK

Dimas Gunawan NPM 178150117. “Perancangan Model Sandal Kulit Pria Khas Bunut Di UD. Anindya 2 Dengan Metode *Kansei Engineering*”. Dibimbing oleh Chalis Fajri Hasibuan, S.T, M.Sc dan Yudi Daeng Polewangi, S.T, M.T.

Desa bunut merupakan salah satu lokasi yang terkenal dengan UKM yang memproduksi sandal dan sepatu kulit kualitas terbaik. Produk sandal dan sepatu dari desa bunut yang sudah sampai tingkat nasional, bahkan mancanegara membuat salah satu produk dari desa ini menambah nilai jual yang terkenal dipasar. Namun berdasarkan persepsi konsumen tentang Desain sandal kulit yang dipasarkan oleh UD. Anindya 2 tersebut, Desain sandal saat ini masih memiliki kekurangan, dan konsumen belum mendapatkan kepuasan ketika membeli sandal. Oleh karena itu perlu dilakukan perancangan ulang sandal kulit pria berdasarkan emosional dan perasaan konsumen dan mewujudkannya kedalam bentuk nyata, sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Karena keinginan dan perasaan konsumen berbeda-beda dan bersifat abstrak, maka metode yang dipilih pada penelitian ini adalah metode *Kansei Engineering*. Metode *Kansei Engineering* ini digunakan untuk mengetahui keinginan konsumen berdasarkan aspek psikologi, yaitu perasaan dan emosi konsumen, sehingga akan mempermudah dalam menerjemahkan keinginan konsumen kedalam desain produk. Penarikan sampel yang diambil dan dilakukan penelitian sebanyak 50 orang. Teknik pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode *Kansei Engineering*, hasil dari pengolahan data yang berupa perhitungan akan dianalisa, dilakukan pemecahan masalah, lalu diberikan rekomendasi perbaikan desain. Hasil penelitian ini menghasilkan 25 kata-kata *Kansei* dan terpilih kata *kansei* yaitu Desain sandal yang menarik, elegan, simpel, awet, Ringan, Motif batik, dan Proporsional. Spesifikasi kategori sandal kulit pria yang terpilih adalah Model sandal kulit semi outdoor, memiliki warna natural kulit yaitu coklat, bentuk tali silang, memakai jenis kulit sapi asli, kualitas bagus dan awet, bermotif Batik dan memiliki bobot yang ringan.

Kata Kunci : Sandal, *Kansei engineering*, konsumen, rancangan

ABSTRACT

Dimas Gunawan. 178150117. "The Design of Typical Bunut Men Leather Sandals at UD. Anindya 2 Using the Kansei Engineering Method". Supervised by Chalis Fajri Hasibuan, S.T., M.Sc. and Yudi Daeng Polewangi, S.T., M.T.

Bunut village is a one of famous location for SMEs (Small Medium Enterprise) that produce the best quality leather sandals and shoes. Sandals and shoes products from Bunut village which have reached the national level, even abroad make one of the products from this village add to the selling value which is well-known in the market. Based on consumer perceptions of the leather sandals design marketed by UD. Anindya 2, the current sandals design still had shortcomings, and consumers did not get satisfaction when buying sandals. Therefore it was necessary to redesign men's leather sandals based on the emotions and feelings of consumers and make them into a real form so that consumer satisfaction could be met. Because the desires and feelings of consumers were different and abstract, the method chosen in this research was the Kansei Engineering method. The Kansei Engineering method was used to find out consumers' desires based on psychological aspects, those were consumers' feelings and emotions so that it would be easier to interpret consumer desires into product designs. Sampling used the Slovin method, which was a way of taking samples using a formula that was carried out on the total population, and only 50 respondents were taken and research was carried out. The data processing technique was carried out using the Kansei Engineering method, the results of data processing in the calculations form would be analyzed, problem-solving was carried out, and then recommendations for design improvements were given. The results of this study resulted in 25 Kansei words and the selected Kansei words were sandal designs that were attractive, elegant, simple, durable, lightweight, batik motifs, and proportional. The specifications for the selected men's leather sandal category were semi-outdoor leather sandal models, natural leather (brown) color, cross strap shape, using genuine cow leather, good quality and durable, Batik patterned, and lightweight.

Keywords: Sandals, Kansei engineering, consumer, design

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat akademis yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada program studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area. penulis melakukan penelitian di UD. Anindya 2, dengan judul “Perancangan Model Sandal Kulit Pria Khas Bunut Di UD. Anindya 2 Dengan Metode *Kansei Engineering*”.

Besar harapan penulis, penyusunan skripsi ini dapat menambah pengetahuan bagi pembaca. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, karena pengetahuan pengalaman serta wawasan penulis yang masih sangat jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran yang bersifat membangun penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bimbingan dan dukungan yang besar dari berbagai pihak, baik berupa materi, spiritual, informasi maupun administrasi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Rahmad Syah, S.Kom, M.Kom, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
3. Ibu Nukhe Andri Silviana, S.T, M.T, selaku Ketua Program Studi dan Koordinator Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik

Universitas Medan Area, sekaligus sebagai Dosen Pembimbing II.

4. Chalis Fajri Hasibuan, ST, M.Sc, selaku Dosen pembimbing I.
5. Staff pengajar dan pegawai di Universitas Medan Area khususnya program studi Teknik Industri yang telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
6. Kedua orangtua dan kakak-kakak yang telah memberi dukungan sepenuhnya kepada penulis baik doa, moral maupun materi dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Pemilik dan semua pegawai yang ada di UD. Anindya 2 yang turut membantu penulis dalam pelaksanaan penelitian skripsi ini.
8. Teman-teman penulis Terkhusus “The Kontrakan” yaitu (Udin, Fandi, Dian, Dicky, Boi) yang selalu membully, menyudutkan, menebar tawa, menolong saat butuh, datang juga saat butuh saja, Kalian luarbiasa, suka duka akan kuingat selalu teman.
9. Sahabat saya, RA, SEP, terima kasih.
10. Teman-teman Bully Group (Fandi, Dian, Dicky, Udin, Boy, Syahyuna, Rizka Manja, Lela, Ika, Jose, Wahyu, Aulia, Will, Fuzi, Fauzi, Robbi).
11. Serta Terkhusus Terimakasih sebesar besarnya Kepada Keluarga Besar Ikatan Mahasiswa Teknik Industri Universitas Medan Area (IMTI UMA) beserta para senior, alumni, Yang telah membimbing, membantu, membentuk, mengajarkan, dan memberi banyak pengalaman sampai sampai saat sekarang ini.

Semoga segala bantuan dari pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis yang tidak bisa disebutkan namanya satu-satu oleh penulis agar dapat bermanfaat dan diridhai Allah S.W.T.

Medan, Oktober 2021

(Dimas Gunawan)



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Produk	10
2.1.1 Pengertian Produk	10
2.1.2 Pengertia Siklus Hidup Produk	10

2.1.3 Perancangan dan Pengembangan Produk	13
2.1.4 Tolak Ukur Produk yang Berhasil	13
2.2 Sandal	14
2.3 Jenis Sandal	15
2.3.1 Tipe Thong	15
2.3.2 Tipe <i>Comfort</i>	15
2.3.3 Tipe <i>Sport</i>	16
2.3.4 Tipe <i>Shower</i>	16
2.3.5 Tipe Gladiator	16
2.3.6 Flip Flop Pria	17
2.4 Kansei Engineering	17
2.4.1 Pengertian Kansei Engineering	17
2.4.2 Jenis Jenis Kansei Engineering	19
2.5 Pengumpulan Data Mealalui Daftar Pertanyaan	21
2.5.1 Jenis Pertanyaan	22
2.6 Teknik Membuat Skala	22
2.6.1 Skala Likert	23
2.6.2 Skala Perbedaan Semantik	24
2.7 Analisis Conjoint	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.2 Jenis Penelitian	28
3.3 Variabel Penelitian	28
3.4 Kerangka Berfikir	29

3.5 Metode Analisis Data	30
3.6 Metode Pengumpulan Data	32
3.7 Instrument Penelitian	33
3.8 Populasi dan Sampel	34
3.9 Pengolahan Data	35
3.10 Kesimpulan dan Saran	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Pengumpulan Data	37
4.1.1 Pengumpulan Kata Kansei (Kansei Word)	37
4.1.2 Penetapan Skala Kansei dan Kata Kansei	39
4.1.3 Pengurutan Spesifikasi Kategori	39
4.1.4 Kuisioner Kansei	40
4.2 Pengolahan Data	62
4.2.1 Analisis Statistik	62
4.2.2 Interpretasi Analisis Statistik Data	66
4.2.3 Referensi Dalam Menentukan Desain Sandal Kulit Pria	68
4.2.3 Hasil dan spesifikasi Desain Sandal Kulit Pria khas Bunut	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Persepsi Responden Terhadap Kemasan.....	3
Tabel 4.1 Kata Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut.....	38
Tabel 4.2 Kata Kansei Terpilih Sandal Kulit Pria Khas Bunut	39
Tabel 4.3 Skala Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut	41
Tabel 4.4 Spesifikasi Kategori Sandal Kulit Pria Khas Bunut	42
Tabel 4.5 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 1	43
Tabel 4.6 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 2	46
Tabel 4.7 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 3	48
Tabel 4.8 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 4.....	51
Tabel 4.9 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 5	54
Tabel 4.10 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 6	56
Tabel 4.11 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 7	59
Tabel 4.12 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 8	62
Tabel 4.13 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 9	64
Tabel 4.14 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 10	67
Tabel 4.15 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 11	69
Tabel 4.16 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 12	72
Tabel 4.17 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 13	74
Tabel 4.18 Rekapitulasi Kuesioner Kansei Sandal Kulit Pria Khas Bunut Kategori 14	77
Tabel 4.19 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Rata-rata Kemaasan Keripik Singkong gggggggg.	86
Tabel 4.20 Hasil <i>Transpose</i> Atribut Sandal Kulit Pria Terhadap <i>Kansei Word</i> gggggggggggggg	87
Tabel 4.21 Hasil Nilai Utilitas Kuesioner <i>Kansei</i> Sandal Kulit Pria Khas Bunut gggggggggggg	88

Tabel 4.22 Pemilihan Modus Untuk Atribut dan Kategori Sandal Kulit Pria Khas Bunut ...	90
Tabel 4.23 Atribut Terpilih Sandal Kulit Pria Khas Bunut	91
Tabel 4.24 Spesifikasi Kategori Sandal Kulit Pria Khas Bunut yang Terpilih.....	95



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Siklus Hidup Produk (<i>Product Life Cycle</i>).....	11
Gambar 2.2 Siklus Hidup Produk dan Masa Perancangan Produk.....	12
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 3.2 Blog Diagram Metodologi Penelitian	31
Gambar 4.1 Sandal type Comfort	70
Gambar 4.2 Sandal type slip on.....	70
Gambar 4.3 Sandal type thong	70
Gambar 4.4 Sandal type slip On Tech	70
Gambar 4.5 Sandal Casual	70
Gambar 4.6 Hasil Design Sandal Kulit Pria Khas desa Bunut	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kondisi perkembangan usaha yang sangat dinamis di Indonesia membuat setiap pelaku usaha di bidang apapun perlu melakukan inovasi yang berkelanjutan dan berkesinambungan agar tetap dapat bersaing di pasar. Kesuksesan perusahaan juga tidak luput dari peran konsumen, karena tingkat penjualan produk yang sangat besar merupakan salah satu faktor kemajuan perusahaan.

Produk adalah suatu barang yang di tawarkan oleh seorang produsen dan harus di perhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau di konsumsi oleh seorang konsumen pasar sebagai pemenuhan kebutuhan hidup. Pada usaha Pembuatan sandal produsen harus lebih mengoptimalkan kualitas bahan dan desain tersebut agar dapat bersaing di pasaran dengan produk-produk lain. Termasuk pada umkm UD. Anindya 2 ini, yang sejatinya mengalami penurunan kualitas bahan yang membuat minat beli konsumen berkurang. Salah satu caranya adalah dengan meng-upgrade dan merancang, dengan berorientasi terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen (Rosnani Ginting, 2010).

Salah satu produk yang mengalami perubahan secara signifikan adalah sandal. Ini akan sangat bergantung pada penawaran yang diberikan, saat ekspresi dan kesan produk sandal juga mencakup layanan, pengembangan metode untuk mengukur kebutuhan konsumen akan sandal bukan hanya pada bentuk fisik tetapi, tetapi pada kualitas bahan maupun desain sandal.

Sandal sebagai alas kaki memiliki tujuan tersendiri dari para

penggunanya, berbagai jenis sandal dengan model desain yang berbeda telah banyak di kembangkan berdasarkan keinginan konsumen yang pastinya untuk ada pembaruan dari toko. Tujuannya adalah untuk meningkatkan performa saat beraktivitas, sebagai alat keselamatan, maupun menunjang penampilan penggunanya, yang tetap memasukan unsur ketahanan dan estetika bagi kaki penggunanya. Perkembangan usaha kerajinan sandal yang pesat menimbulkan kompetisi yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan & merebut *market share*, perusahaan membutuhkan pengembangan suatu produk. Perusahaan harus bisa menghasilkan produk yang bersaing di pasaran.

UD. ANINDYA 2 merupakan usaha pembuatan sepatu dan sandal yang menjual baik produk jadi maupun tempahan. UD. ANINDYA 2 berlokasi di desa bunut, kisaran. UD. ANINDYA 2 memiliki 2 toko dengan bangunan bengkel (pabrik) dan toko yang bersebrangan dari jalan raya. Ada 2 jenis bahan yang digunakan dalam pembuatan sepatu dan sandal di pabrik tersebut, diantaranya menggunakan bahan kulit sintetis dan kulit kerbau/sapi asli.

Perkembangan usaha kerajinan sandal yang pesat menimbulkan kompetisi yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan & merebut *market* yang diinginkan konsumen perusahaan membutuhkan pengembangan suatu produk. Perusahaan harus bisa menghasilkan produk yang bersaing di pasaran. Kondisi yang terjadi pada usaha dagang Toko & Bengkel sandal sepatu *Anindya* menunjukkan bahwa dalam penjualan sandal kulit di bulan Juni 2019 masih normal, namun terjadi penurunan di akhir desember 2019-2020. Adapun data penjualan sandal Toko & Bengkel sandal sepatu ANINDYA 2 adalah berikut :

Tabel 1.1. Data penjualan Sandal kulit pria khas Bunut UD. Anindya 2 pada tahun 2019-2020 (Perlusin)

Tahun	Bulan	Slip On	Jenis Sandal Tali Belakang	Tempahan	JUMLAH
2019	JULI	3	3	5	11
	AGUSTUS	2	3	3	8
	SEPTEMBER	4	3	2	9
	OKTOBER	2	2	3	7
	NOPEMBER	2	3	3	8
	DESEMBER	2	3	3	8
	JUMLAH	15	17	19	51
2020	JANUARI	3	2	3	8
	FEBRUARI	1	1	3	5
	MARET	1	2	2	5
	APRIL	1	1	2	4
	MEI	2	1	2	5
	JUNI	2	1	3	6
	JULI	1	2	3	6
	AGUSTUS	2	1	2	5
	SEPTEMBER	1	1	2	4
	OKTOBER	1	2	2	5
	NOPEMBER	2	3	2	7
	DESEMBER	2	2	4	8
	JUMLAH	19	19	32	70

Sumber : Toko & Bengkel sandal sepatu bunut *Anindya*

Tabel 1.2. Data penjualan Sepatu kulit pria khas Bunut UD. Anindya 2 pada tahun 2019-2020 (Perlusin)

Tahun	Bulan	Pantofel	Casual	Tempahan	JUMLAH
2019	JULI	8	7	8	23
	AGUSTUS	8	9	8	25
	SEPTEMBER	6	7	9	22
	OKTOBER	5	7	8	20
	NOPEMBER	7	5	8	20
	DESEMBER	7	7	9	23
	JUMLAH	41	42	50	133
2020	JANUARI	8	7	8	23
	FEBRUARI	7	9	8	24
	MARET	8	9	8	25

Tabel 1.2. Data penjualan Sepatu kulit pria khas Bunut UD. Anindya 2 pada tahun 2019-2020 (Perlusin) Lanjutan

Tahun	Bulan	Pantofel	Casual	Tempahan	JUMLAH
2020	JUNI	7	9	9	25
	JULI	9	8	8	25
	AGUSTUS	9	10	9	28
	SEPTEMBER	9	9	9	27
	OKTOBER	8	10	9	27
	NOPEMBER	10	9	9	28
	DESEMBER	8	10	11	29
	JUMLAH	102	107	108	317

Dari data dan grafik diatas, kita dapat melihat adanya penurunan penjualan sandal bunut, bahkan sebelum terjadinya Pandemi covid-19. Dari hasil wawancara 10 orang responden yang pernah memesan dan membeli di bengkel sepatu dan sandal Anindya, mereka mengatakan kurangnya kepuasan dikarenakan kurangnya upgrade desain sandal, dan tertinggal nya bentuk desain sandal dari beberapa toko pesaingnya.

Maka dari itu, perusahaan harus bisa menghasilkan produk yang bersaing di pasaran dan agar mampu menarik pangsa pasar yang kini telah jauh tertinggal oleh took lainnya. Toko & Bengkel sandal sepatu bunut *Anindya* perlu untuk menciptakan desain produk yang menarik dan berkualitas sehingga produk yang dihasilkan memenuhi selera pelanggan dan mampu mendongkrak kembali daya minta pelanggan sandal buatan Toko & Bengkel sandal sepatu bunut *Anindya* tersebut.

Sandal Kulit Pria yang telah ada akan dikembangkan dengan membuat dan mengganti tali sandal, sol sandal, desain yang menarik, nyaman dan tahan lama. Untuk meningkatkan nilai tambah produk Sandal Kulit Pria pada usaha dagang Toko & Bengkel sandal sepatu *Anindya*, maka penyusun mencoba

merekomendasikan desain sandal Kulit pria dengan memperhatikan suara konsumen (*voice of customer*) melalui perancangan produk dengan menggunakan metode *kansei engineering*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana cara mengembangkan produk sandal pria khas desa bunut dengan berdasarkan tingkat kepentingan masing masing item yang mempengaruhi keinginan konsumen.
2. Bagaimana spesifikasi produk sandal yang diinginkan konsumen untuk menunjang penjualan dengan menggunakan metode *kansei engineering*.
3. Desain Sandal seperti apa yang diinginkan konsumen dengan menggunakan metode *kansei engineering*.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini agar terfokus pada pemecahan masalah yang telah dirumuskan, yaitu :

1. Penelitian terfokus pada desain Sandal pria berbahan kulit khas desa bunut.
2. Metode *Kansei Engineering* untuk mengidentifikasi unsur dan atribut.
3. Responden yang dijadikan sampel adalah pelanggan atau konsumen pria range usia 17-35 tahun yang sudah minimal membeli atau memesan sebanyak 2 kali pada UKM tersebut.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas yang telah dituliskan sebelumnya, adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mendapatkan kata *kansei* berdasarkan pilihan konsumen untuk perbaikan desain sandal kulit pria khas desa bunut
2. Menentukan tingkat kepentingan pada masing-masing item yang mempengaruhi selera dari konsumen.
3. Menentukan spesifikasi dan desain sandal kulit pria khas desa bunut dengan menggunakan metode *kansei engineering*.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dari penelitian ini yang dapat diperoleh adalah :

1. Bagi UKM Sendal/sepatu kulit desa bunut hasil kajian dapat menjadi masukan untuk memperbaiki/memilih desain Sendal untuk lebih menarik konsumen dalam promosi pemasaran.
2. Bagi Akademis, memberikan informasi dan ilmu pengetahuan, serta sebagai media belajar dan referensi bagi pembaca dan civitas akademik untuk melakukan penelitian selanjutnya.
3. Bagi penulis, penelitian ini berguna mengaplikasikan teori teori yang pernah dipelajari selama kuliah dan mencari solusi bagi permasalahan.

1.6. Sistematika Penelitian

Dalam sistematika penulisan ini, penulis memberikan gambaran isi dari penyusunan skripsi yang dapat diperinci sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan asumsi dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai acuan pemecahan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang uraian lokasi penelitian, jenis penelitian, variable penelitian, data dari sumber data serta langkah pemecahan masalah.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengidentifikasi keseluruhan data hasil penelitian yang dilanjutkan dengan pengumpulan data. Dan menganalisis hasil penelitian dan perhitungan berdasarkan pengolahan data dan pemecahan masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan atas semua yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, sedangkan saran-saran merupakan sub bab terakhir dalam penulisan bab ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Produk

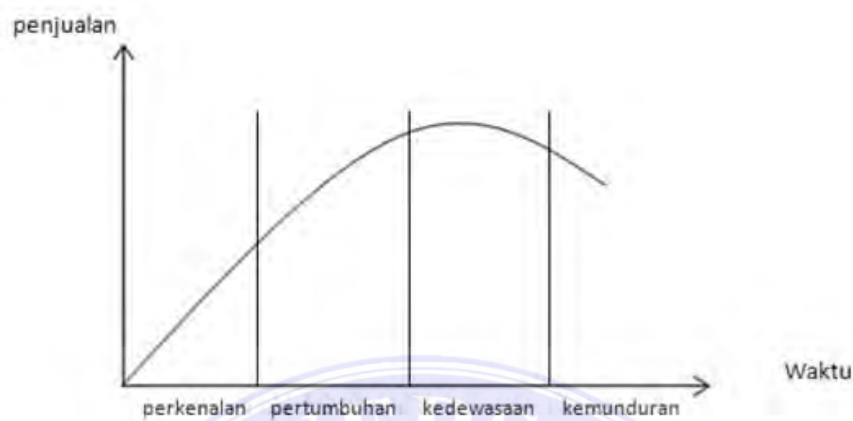
2.1.1. Pengertian Produk

Produk adalah sebuah jasa atau barang yang dapat diperjual belikan, produk juga memiliki arti yaitu apapun yang bisa ditawarkan ke pasar yang bisa memberikan kepuasan dari keinginan atau kebutuhan konsumen saat ini. Menurut Ulrich (2012), produk adalah “artefak” sesuatu yang merupakan hasil dari kreativitas manusia yang dapat dilihat, didengarkan, dirasakan, serta diwujudkan untuk memenuhi kebutuhan fungsional. Output dari proses dalam sistem produksi dapat berbentuk barang atau jasa, yang dalam hal ini disebut produk (Rosnani Ginting, 2010). Pengukuran karakteristik output sejatinya mengacu pada kebutuhan atau keinginan pelanggan dalam pasar yang amat kompetitif sekarang ini.

2.1.2. Pengertian Siklus Hidup Produk

Menurut Rosnani Ginting (2010) perancangan atau pengembangan produk dibutuhkan oleh produsen dalam rangka mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar dengan cara mengidentifikasi masalah kebutuhan-kebutuhan konsumen akan manfaatnya suatu produk, desain, hingga ke tingkat perencanaan pembuatan produk tersebut. Hal ini berkaitan erat pula dengan siklus hidup produk tersebut. Perancangan yang baik akan menghasilkan produk unggulan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan *customer*, karenanya perancangan yang baik membutuhkan input dari berbagai sisi.

Hal ini berkaitan erat pula dengan siklus hidup produk tersebut, seperti terlihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1. Siklus Hidup Produk (*Product Life Cycle*)

Sumber : Rosnani Ginting (2010)

1. Tahap Pengenalan

Pada tahap ini suatu produk baru diperkenalkan kepada konsumen melalui uji coba pemasaran. Berbagai promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk tersebut. Dengan cara seperti itu biaya yang dikeluarkan akan lebih besar dibandingkan pendapatan yang diperoleh.

2. Tahap Pertumbuhan

Merupakan tahap pertumbuhan dengan percepatan, penjualan produk meningkat pesat. Hal ini disebabkan oleh respon konsumen terhadap produk tersebut sudah semakin positif. Pada tahap ini pendapatan yang didapat juga sangat besar.

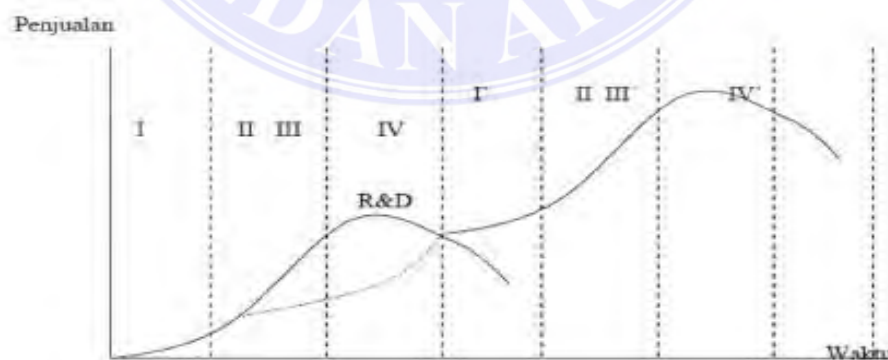
3. Tahap Pendewasaan

Pada tahap ini penjualan produk akan mencapai titik kejenuhan di mana penjualan produk hanya berkisar pada suatu titik tertentu.

4. Tahap Kemunduran

Merupakan tahap kemunduran dan akhir dari produk tersebut. Jika produsen tidak berupaya melakukan inovasi maka produk tersebut akan mati begitu saja dan terlindas oleh produk lain.

Dari siklus hidup produk tersebut terlihat bahwa perancangan produk memang sangat diperlukan untuk menjaga agar produk tersebut tetap dikenal dipasaran. Jika dilihat dari siklus hidup produk tersebut, maka perancangan produk harus dilakukan pada saat produk berada pada tahap dua (II), yaitu tahap pertumbuhan, karena pada tahap ini produk akan mengalami tingkat penjualan yang pesat dan produsen akan memperoleh keuntungan yang sangat besar. Maka sebaiknya sebagian keuntungan tersebut dialokasikan untuk keperluan proses perancangan produk. Dengan demikian pada saat produk berada pada tahap IV maka produk telah siap untuk diluncurkan dan dikembangkan guna menggantikan produk yang lama sehingga kelangsungan hidup produk tetap terjaga (Rosnani Ginting, 2010). Tahap perancangan produk pada siklus hidup produk dapat dilihat pada gambar 2.2.



Gambar 2.2. Siklus Hidup Produk dan Masa Perancangan Produk

Sumber : Rosnani Ginting (2010)

2.1.3. Perancangan dan Pengembangan Produk

Proses pengembangan produk diawali dari pemahaman produsen akan persepsi dan harapan konsumen akan produk itu sendiri. Metode penilaian kepuasan pelanggan dipergunakan untuk menilai keinginan konsumen atas produk yang dijual oleh produsen. Palgunadi (2013) dalam jurnal penelitian Gentah Oryza (2018) menyatakan dalam perancangan dan pengembangan produk diperlukan beberapa langkah pembuatan produk, langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Desain

Desain merupakan langkah awal perencanaan pembuatan produk yang memiliki output berupa sketsa gambar suatu produk yang akan dibuat.

2. Manufacturing

Manufacturing merupakan bagian dalam produksi terutama untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya yang diperlukan untuk pembuatan produk.

3. Perencanaan bahan

Perencanaan bahan merupakan perencanaan yang berhubungan dengan bahan-bahan produksi yang akan digunakan selanjutnya untuk pembuatan produk

4. Perencanaan biaya

Perencanaan biaya merupakan suatu langkah memperkirakan seberapa besar biaya yang akan dikeluarkan dalam pembuatan suatu produk.

2.1.4. Tolak Ukur Produk yang Berhasil

Berikut ini adalah lima dimensi spesifik yang biasa digunakan untuk menilai berhasil tidaknya pengembangan produk dalam jurnal penelitian Georgiy, G Dan Nahai Y (2011) yaitu:

1. Kualitas produk

Seberapa baik produk yang dihasilkan dari usaha pengembangan produk. Kualitas produk menjadi pengaruh yang cukup kuat dalam pasar serta menjadi faktor utama yang menentukan harga yang ingin dibayar konsumen untuk suatu produk yang dibuat.

2. Biaya produk

Biaya yang dimaksud adalah biaya yang digunakan untuk modal peralatan dan alat bantu serta biaya produksi setiap unit produk. Biaya produk ini menentukan besar pendapatan yang dihasilkan.

3. Waktu pengembangan produk

Waktu pengembangan menentukan kemampuan berkompetisi, tanggapan akan perubahan teknologi, dan kecepatan untuk menerima pengembalian ekonomis dari usaha pengembangan produk.

4. Biaya pengembangan

Berapa biaya yang dikeluarkan untuk mengembangkan produk. Biaya pengembangan merupakan bagian penting yang berhubungan dengan laba.

5. Kemampuan pengembangan

Kemampuan pengembangan merupakan modal yang dapat digunakan untuk mengembangkan produk dengan lebih efektif dan ekonomis di masa yang akan datang.

2.2. Sandal

Sandal atau sandal adalah salah satu model alas kaki yang terbuka pada bagian jari kaki atau tumit pemakainya. Bagian alas (sol) dihubungkan dengan tali atau sabuk yang berfungsi sebagai penjepit (penahan) di bagian jari, punggung kaki, atau pergelangan kaki agar sandal tidak terlepas dari kaki pemakainya. Sandal dengan penutup di bagian punggung dan jemari. Sandal jepit atau sandal jepang adalah sandal berwarna-warni berbahan karet atau plastik. Tali penjepit berbentuk huruf "v" menghubungkan bagian depan dengan bagian belakang sandal. Sandal dari ban bekas disebut sandal bandol (kependekan dari ban *bodhol* atau ban bekas), sedangkan sandal yang mirip sepatu disebut sepatu sandal atau sandal gunung.

2.3. Jenis Sandal

Meskipun terlihat sederhana, sandal pria ternyata memiliki banyak desain dan tipe mulai dari tipe yang simpel hingga tipe yang modis. Tipe sandal ini dibedakan berdasarkan model dan tempat penggunaannya. Berikut desain sandal yang bisa jadi rekomendasi Anda.

2.3.1. Tipe thong

Tipe thong biasanya digunakan sebagai sandal pantai dan cocok digunakan dalam berbagai situasi. Model sandal thong ini biasanya dikenakan dalam acara santai seperti jalan-jalan di pinggiran kota. Selain itu sandal jenis ini juga mudah dipadu padankan dengan berbagai *outfit* agar tampilan anda lebih *stylish*.

2.3.2. Tipe *comfort*

Sesuai dengan namanya, tipe sandal *comfort* ini memiliki desain serta fungsi memberikan kenyamanan untuk penggunanya. Karena model dan karakteristiknya, tipe ini populer di berbagai kalangan usia karena nyaman saat dikenakan serta desainnya yang modis untuk digunakan sehari-hari. Salah satu merk sandal dengan model ini yaitu crocs.

2.3.3. Tipe *sport*

Sandal tipe ini biasanya dikenakan di area outdoor bahkan di area berair. Model sandal ini sangat simple sehingga memiliki bobot yang sangat ringan. Model tipe *sport* inipun beragam mulai dari model yang lekat di kaki, seperti sandal bertali, atau sepatu sandal. Sandal ini didesain khusus sehingga memiliki keunggulan dalam sirkulasi udara, ketahanan air, serta dilengkapi dengan strap yang membuatnya tidak mudah terlepas dari kaki anda.

2.3.4. Tipe *shower*

Sandal tipe ini paling banyak diproduksi karena sangat ideal digunakan di berbagai tempat berair, dimana desainnya tahan air. Selain itu sering dengan perkembangan fashion, sandal ini juga diproduksi dengan berbagai model yang akan menciptakan kesan modis bagi pemakai.

2.3.5. Tipe *gladiator*

Tipe gladiator merupakan salah satu model yang paling trendy. Sandal ini memiliki model dipenuhi dengan tali-tali yang melintang di punggung kaki. Tipe

sandal ini konon juga dipakai oleh para prajurit roma. Model gladiator yang *stylish* juga memudahkan pemakainya dalam memadupadankan item *fashion* lainnya.

2.3.6. Sandal flip flop pria

Sandal pria flip flop ini memiliki desain yang simpel serta praktis. Memiliki desain yang lebih *aesthetic* dibandingkan dengan model sandal jepit lainnya. Sandal jenis ini sangat cocok untuk menemani aktivitas santai anda seperti berjalan-jalan ataupun melakukan kegiatan santai di pantai. Warna dan model yang dihadirkan pun cukup beraneka ragam.

2.4. Kansei Engineering

2.4.1. Pengertian Kansei Engineering

Sejalan dengan pesatnya perkembangan industri dewasa ini berbagai dilakukan penelitian tetang desain dan pengembangan produk dikembangkan dengan memfokuskan penelitian pada fenomena yang terjadi pada keinginan pengguna yang terkadang abstrak untuk di terjemakan kedalam suatu desain, sehingga perlu pengetahuan khusus secara mendalam untuk memahami elemen-elemen apa saja dalam produk yang diinginkan oleh konsumen untuk ada dalam produk tersebut berdasarkan kesan tampilan atau gambaran awal dari produk (*image impression*). Dimana salah satu metode yang dapat menerjemakan keninginan konsumen yang bersifat abstrak dan tidak menentu adalah *kansei engineering*.

Kansei Engineering (KE) adalah metode untuk memastikan bahwa suatu produk atau jasa memenuhi tanggapan emosional yang diinginkan. Proses ini memungkinkan untuk memodelkan perasaan/emosi pelanggan dan kemudian menerjemahkannya ke dalam parameter desain. Dalam bahasa Jepang, *kansei* berarti emosi. Emosi yang dimaksud tidak hanya dari segi pikiran, namun meliputi penglihatan, pendengaran, perasaan, bau, rasa, serta kognisi akan terlibat secara simultan. Menurut (Nagamachi, 2006) dalam jurnal penelitian Mu'alim 2014, *kansei* didefinisikan sebagai perasaan psikologis pelanggan atau pengguna akan produk baru. Sebuah kesan mewah, cantik, elegan dan kuat pada produk atau layanan sangatlah diharapkan. Semua indera manusia termasuk penglihatan, pendengaran, perasaan, bau, rasa, serta kognisi akan terlibat secara simultan (Hartono Markus, 2018). Terdapat tiga titik fokus *Kansei Engineering*, yaitu (Nagamachi (2011) dalam Schutte (2012)):

1. Bagaimana cara memahami konsumen secara akurat?
2. Bagaimana mencerminkan dan menerjemahkan pemahaman *Kansei* ke dalam desain suatu produk?
3. Bagaimana menciptakan sistem dan organisasi desain yang berorientasi *Kansei*?

Orang yang kaya akan *kansei* adalah mereka yang penuh emosi, pengetahuan, gairah dan kemampuan untuk beraksi secara sensitif terhadap perubahan lingkungan. Jika perancang produk mampu menangkap peluang ini dan memanjakan mereka maka akan tercipta kepuasan emosional yang mengarah pada loyalitas dan *delight*. KE (*Kansei Engineering*) dianggap memiliki keunggulan terhadap metode lain yang serupa, karena metode ini

memiliki kemampuan untuk menerjemahkan kebutuhan emosional konsumen ke dalam parameter desain yang konkret melalui teknik-teknik tertentu.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Wakhid Agung. Menyatakan Kansei Engineering berhubungan dengan empat hal:

1. Untuk menangkap perasaan konsumen tentang produk menurut istilah ergonomik dan estimasi psikologis. Semantic Differential (SD) yang dikembangkan oleh Osgood merupakan teknik utama untuk menangkap Kansei Konsumen.
2. Untuk mengidentifikasi karakteristik desain produk dari Kansei. Hal ini dilakukan dengan melakukan survei atau eksperimen ergonomi untuk mengamati elemen-elemen.
3. Untuk membangun Kansei Engineering sebagai sebuah teknologi ergonomik.
4. Untuk menyesuaikan desain produk dengan perubahan sosial yang sedang terjadi yang sesuai dengan pilihan orang.

2.4.2. Jenis-jenis *Kansei Engineering*

Metode Kansei Engineering memiliki beberapa type dengan cara penyelesaian masalah yang berbeda dari setiap typenya. Jenis-jenis Kansei Engineerig (Nagamachi (2011) dalam Schutte (2012)), adalah sebagai berikut:

1. Kansei Engineering Type-I Category Classification

Pada Kansei Type-I langkah pertama adalah menentukan strategi produk dan menciptakan konsep dalam rancangannya. Kemudian mengumpulkan kata-

kata Kansei yang berkaitan dengan konsep. kata-kata Kansei bisa didapatkan dengan cara wawancara, studi literatur, questioner, dsb. Selanjutnya Kansei words yang telah terkumpul kemudian dikategorikan dan dikolektifkan berdasarkan sifatnya, dan langkah terakhir mereduksi kansei words tersebut berdasarkan levelnya, level tertinggi merupakan kansei words yang terpilih dan mewakili kelompok kansei wordsnya. Kansei Type-I lebih dikenal dengan sebutan konsep zero level yang terdiri dari beberapa subkonsep.

2. Kansei Engineering Type-II Kansei Engineering System (KES)

Pada Kansei Type II ini memiliki sistem secara matematis dan statistik untuk menghubungkan Kansei dengan sifat suatu produk. Metode ini menggunakan sistem komputerisasi yang berisi database mengenai kata-kata Kansei. Kansei Engineering terdiri database yang menggabungkan sejumlah kata-kata Kansei, gambar, pengetahuan, desain, dan warna tentang hubungan antara data.

3. Kansei Engineering Type-III Hybrid Kansei Engineering System

Kansei Type III hampir mirip dengan Kansei Type II. Perbedaan nyata antara kedua tipe ini adalah, jika Kansei Type II hanya dapat mengubah Kansei konsumen menjadi suatu parameter perancangan sedangkan Kansei Type III dapat memprediksikan sifat dari suatu produk yang lebih dikenal dengan sistem hybrid.

4. Kansei Engineering Type-IV Kansei Engineering Modeling

Jenis Kansei Modeling ini mengimplementasikan model matematika yang bertujuan untuk memprediksi perasaan konsumen kedalam bentuk kata-kata. Kansei tipe ini menerapkan sistem yang lebih berpengalaman terhadap

Kansei Engineering, dengan menggunakan pengukuran dan penggabungan Fuzzy, sistem ini akan mengizinkan konsumen untuk menilai perasaan (Kansei) ke dalam kata bahkan serangkaian data. Sistem ini digunakan untuk mendiagnosa perasaan tentang nama merek.

5. Kansei Engineering Type-V Virtual Kansei Engineering
Jenis Kansei Engineering ini merupakan lanjutan dari teknik KES yang menggunakan virtual reality (VR), sebuah teknologi yang kuat untuk menempatkan konsumen dalam lingkungan virtual 3D.

6. Kansei Engineering Type-VI Collaborative Kansei Engineering Designing
Collaborative Kansei Engineering Designing adalah jenis Kansei yang didukung oleh sistem internet. Prinsip kerja Kansei tipe ini mempublikasikan KES agar dapat dinilai oleh grup tertentu yang ditawarkan di internet melalui cara ini tahap pengembangan dapat dipersingkat dan disederhanakan.

2.5. Pengumpulan Data Melalui Daftar Pertanyaan

Alat lain yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah daftar pertanyaan, yang sering disebut dengan nama kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, atau daftar pertanyaan tersebut cukup terperinci dan lengkap. Ini membedakan daftar pertanyaan dengan *interview guide*. Keterangan-keterangan yang didapat dengan mengisi daftar pertanyaan, dapat dilihat dari segi siapa yang mengisinya (menulis isian) daftar pertanyaan tersebut.

Sehubungan dengan ini, sering dibedakan antara kuesioner dengan *schedule*. Jika yang menuliskan isian ke dalam kuesioner adalah responden,

maka daftar pertanyaan tersebut dinamakan kuesioner, sedangkan jika yang menulis isian adalah pencatat yang membawakan daftar isian suatu tatap muka, maka daftar pertanyaan tersebut dinamakan *schedule*. Pencatat yang mengadakan wawancara sesuai daftar pertanyaan dinamakan *enumerator* (Nazir, 2005)

2.5.1. Jenis Pertanyaan

Pertanyaan yang dibuat dalam kuesioner dapat memperoleh jawaban yang berjenis-jenis, atau menjurus kepada beberapa alternatif jawaban yang sudah diberikan lebih dulu. Dalam hubungannya dengan leluasa responden memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, pertanyaan dapat dibagi dalam dua jenis, yaitu pertanyaan berstruktur dan pertanyaan terbuka.

1. Pertanyaan bersruktur (Tertutup)

Pertanyaan berstruktur ialah pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa, sehingga responden dibatasi dalam memberi jawaban kepada beberapa alternatif saja ataupun kepada satu jawaban saja. Jawaban yang paling mudah terhadap pertanyaan berstruktur adalah “Ya” atau “Tidak”.

2. Pertanyaan terbuka

Pertanyaan terbuka atau pertanyaan tidak berstruktur ialah pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa dan jawabannya serta cara pengungkapannya dapat bermacam-macam bentuk. Bentuk pertanyaan ini sangat jarang digunakan dalam kuesioner, tetapi banyak digunakan dalam *interview guide*. Responden mempunyai kebebasan dalam menjawab pertanyaan terbuka.

2.6. Teknik Membuat Skala

Teknik membuat skala adalah teknik mengurutkan sesuatu dalam suatu kontinum. Teknik membuat skala ini penting sekali artinya dalam penelitian ilmu-ilmu sosial, karena banyak data dalam ilmu sosial mempunyai sifat kualitatif. Teknik membuat skala adalah cara mengubah fakta-fakta kualitatif (atribut) menjadi suatu urutan kuantitatif (variabel).

2.6.1. Skala *Likert*

Menurut (Rosnani Ginting, 2010) Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan ataupun pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain: Sangat Penting (SP), Penting (P), Ragu-ragu (R), Tidak Penting (TP), Sangat Tidak Penting (STP).

Untuk penilaian ekspektasi pelanggan, maka jawaban itu dapat diberi skor misalnya :

- | | |
|-------------------------------|-----|
| 1. Sangat penting (SP) | : 5 |
| 2. Penting (P) | : 4 |
| 3. Ragu-ragu (R) | : 3 |
| 4. Tidak penting (TP) | : 2 |
| 5. Sangat tidak penting (STP) | : 1 |

Untuk penilaian persepsi pelanggan, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya :

- | | |
|----------------------------|-----|
| 1. Sangat baik (SB) | : 5 |
| 2. Baik (B) | : 4 |
| 3. Ragu-ragu (R) | : 3 |
| 4. Tidak baik (TB) | : 2 |
| 5. Sangat tidak baik (STB) | : 1 |

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda.

Keuntungan skala likert adalah:

- a. Mudah dibuat dan diterapkan.
- b. Terdapat kebebasan dalam memasukkan pertanyaan-pertanyaan, asalkan masih sesuai dengan konteks permasalahan.
- c. Jawaban suatu item dapat berupa alternatif, sehingga informasi mengenai item tersebut diperjelas.
- d. Reliabilitas pengukuran bisa diperoleh dengan jumlah item tersebut diperjelas.

2.6.2. Skala Perbedaan Semantik

Skala yang dikembangkan oleh *Osgood*, *Suci* dan *Tannenbaum* berkehendak untuk mengukur pengertian suatu objek atau konsep oleh seseorang. Responden diminta untuk menilai suatu konsep atau objek (misalnya sekolah, guru, pelajaran, korupsi, Golkar, bimas, dan sebagainya) dalam suatu skala bipolar dengan 7 buah titik. Skala semantik bipolar adalah skala yang berlawanan seperti baik-buruk, cepat-lambat, dan sebagainya.

2.7. Analisis Conjoint

Tujuan dari analisis *conjoint* adalah mengetahui bagaimana persepsi seseorang terhadap suatu objek yang terdiri dari satu atau banyak bagian. Hasil utama dari *conjoint analysis* adalah suatu bentuk (desain) produk barang, jasa atau objek tertentu yang diinginkan oleh sebagian besar responden. Banyaknya bidang saat ini dapat menggunakan analisis *conjoint*. Analisis *conjoint* pada awalnya populer digunakan pada bidang riset pemasaran, khususnya pada berbagai riset untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap berbagai desain produk. Langkah-langkah proses analisis *conjoint* adalah sebagai berikut :

1. Menentukan nilai *constant*

Nilai *constant* merupakan nilai rata-rata dari jumlah skala pada kuesioner.

contoh : karena responden 1 mengisi angka 1 sampai 7, maka rata-rata adalah

$$(1+2+3+4+5+6+7)/7 = 4$$

2. Menentukan nilai rata-rata faktor

Nilai rata-rata diperoleh dari penilaian keseluruhan responden terhadap suatu faktor dengan angka penilaian pada skala penilaian.

3. Menentukan nilai *utility*

Utility merupakan selisih antara rata-rata faktor tertentu dengan nilai *constant*. Jika selisih adalah negatif, maka responden kurang suka dengan stimuli produk tersebut. Sebaliknya jika selisish adalah positif, maka responden suka dengan stimuli tersebut (Salomon, L.L, 2015).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UD. ANINDYA 2 yang bergerak dibidang Usaha bengkel pembuatan sendal dan sepatu Kulit di desa Bunut. Perusahaan ini berlokasi di Desa Bunut, Kisaran, Kab. Asahan, Sumatera Utara. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan April-Juni 2021.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian metode survei. Menurut (Sugiyono, 2016:46) metode survei adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga kesimpulan yang akan ditarik terbatas pada objek yang diteliti saja, jadi tidak berlaku secara umum.

3.3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu atribut atau sifat suatu nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012 : 38). Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, variabel-variabel penelitian dibagi atas :

1. Variabel terikat (*variabel dependen*)

Variabel terikat (*variabel dependen*) sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Adapun variabel tak bebas dalam penelitian ini adalah :

1) Design Produk Sandal Kulit bunut

2. Variabel bebas (*variabel independen*)

Variabel bebas (*variabel independen*) sering disebut sebagai *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2017). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

1) Keinginan Konsumen

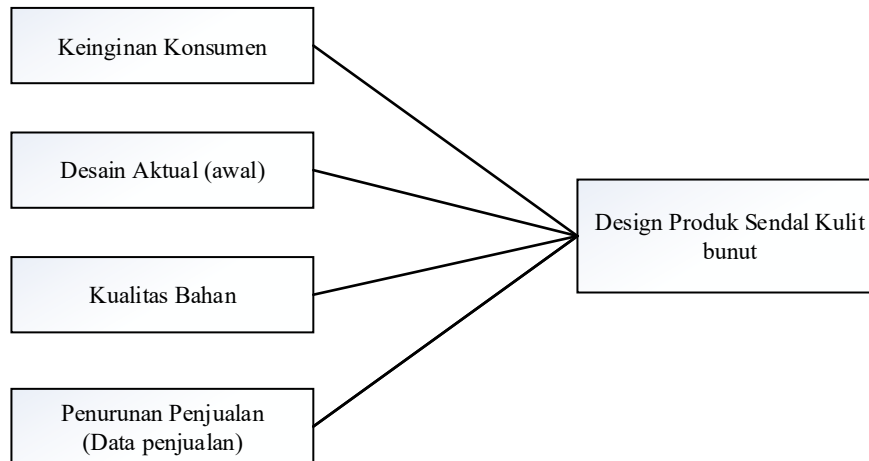
2) Design Aktual (awal)

3) Kualitas Bahan

4) Penurunan penjualan

3.4. Kerangka Berfikir

Berdasarkan pemahaman terhadap sifat hubungan antar faktor dalam konsep metode *kansei engineering* (KE), maka hubungan antar faktor atau *variable* yang dikembangkan menjadi kerangka berfikir penelitian dapat disusun seperti gambar 3.1. berikut ini:



Gambar 3.1. Kerangka Berfikir

3.5. Metode Analisis Data

Untuk memecahkan masalah dalam skripsi ini, digunakan dengan menggunakan metode *kansei engineering* yang dimulai dengan :

1. Menentukan masalah

Dalam menentukan masalah dilakukan analisis dengan cara stratifikasi data yang ada dari beberapa segi.

2. Peninjauan lapangan

Peneliti melakukan tinjauan ke perusahaan tempat melakukan penelitian serta mengamati apa apa yang sesuai dengan tujuan yang telah dibuat.

3. Studi *literature*

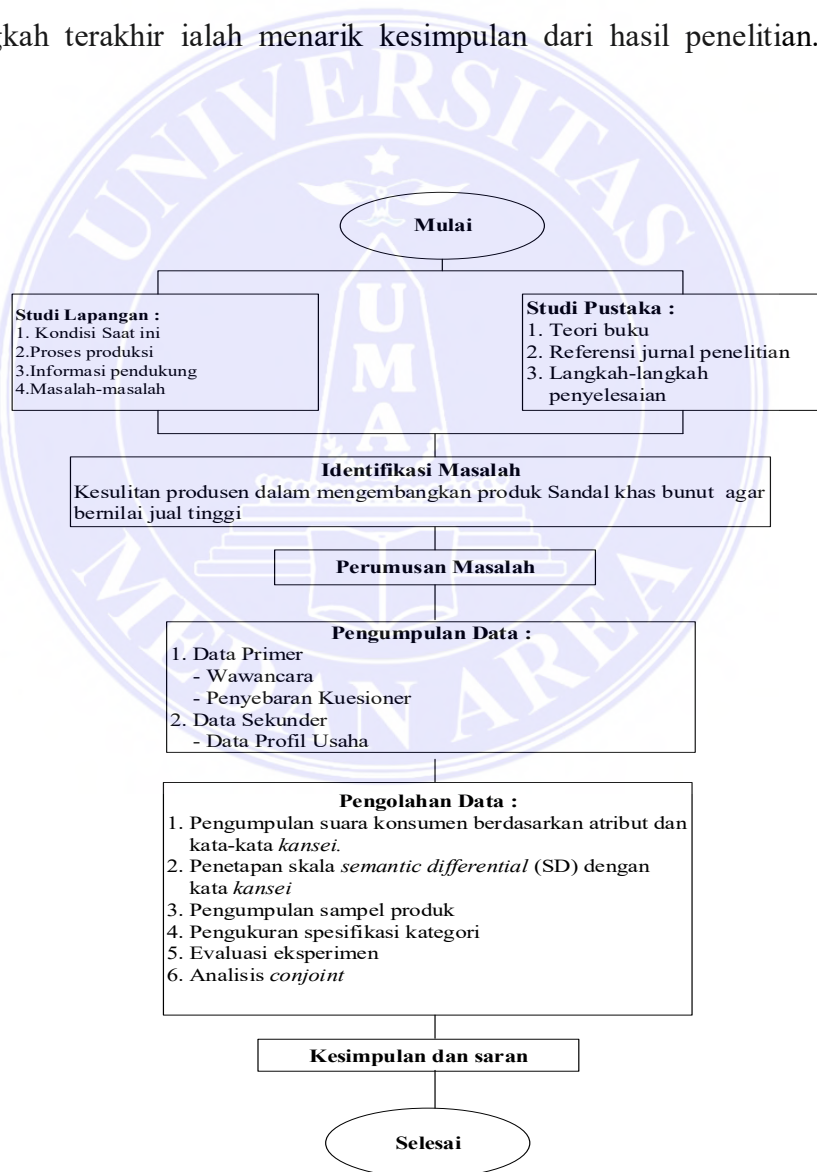
Peneliti melakukan studi literatur dari berbagi buku yang sesuai dengan permasalahan yang diamati di perusahaan.

4. Pengumpulan data

Kegiatan yang dilakukan saat pengumpulan data, antara lain:

- a. Pengamatan langsung, melakukan pengamatan langsung ke UKM.

- b. Wawancara, mewawancarai berbagai pihak yang berhubungan
 - c. Merangkum data tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.
5. Pengolahan data
- Data yang terkumpul diolah dengan menggunakan metode *kansei engineering*.
6. Analisa dan pemecahan masalah
- Hasil dari pengolahan data yang berupa perhitungan akan dianalisa, dilakukan pemecahan masalah, lalu diberikan rekomendasi perbaikan.
7. Langkah terakhir ialah menarik kesimpulan dari hasil penelitian.



Gambar 3.2. Blok Diagram Metodologi Penelitian

3.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini maka dilakukan pengumpulan data melalui metode dibawah ini, yaitu :

1. Observasi langsung

Observasi langsung ke bagian pembuatan Sandal kulit bunut. Kemudian melakukan pengamatan langsung terhadap proses produksi Sandal. Observasi juga dilakukan untuk mencatat gambaran umum perusahaan yang berupa data umum perusahaan.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara diskusi dan tanya jawab langsung pada pekerja di pabrik maupun pemilik usaha.

Sedangkan pengambilan data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua), yaitu sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer adalah informasi atau data orisinil yang dikumpulkan dan berhubungan dengan objek yang akan diteliti. Mengumpulkan data primer dengan pengamatan langsung dan melakukan wawancara dengan pihak perusahaan agar mendapatkan data yang dibutuhkan. Instrumen dari pengumpulan data adalah wawancara. Adapun data yang dibutuhkan adalah data kuesioner keinginan konsumen, data kuesioner *kansei*, data kuesioner tertutup, dan data kuesioner karakteristik teknis.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dapat diperoleh secara tidak langsung yang biasanya berbentuk dokumen, file, arsip, atau catatan-catatan perusahaan. Data ini

diperoleh melalui dokumentasi perusahaan, literatur, dan buku bacaan lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Adapun data sekunder adalah struktur organisasi perusahaan, data bahan dan proses produksi, sejarah perusahaan, ruang lingkup bidang usaha, struktur organisasi, nama dan spesifikasi peralatan, dan daerah pemasaran.

3.7. Instrument Penelitian

Kuesioner merupakan instrument penelitian yang digunakan untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap produk sandal. Adapun bentuk kuesioner yang disebarkan kepada responden sebagai instrument penelitian adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner Pendahuluan

Kuesioner pendahuluan merupakan jenis pertanyaan terbuka tentang pengembangan desain sandal kulit pria yang diinginkan konsumen. Pertanyaan terbuka merupakan pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa dan jawabannya serta cara pengungkapannya dapat bermacam-macam. Responden mempunyai kebebasan dalam menjawab pertanyaan terbuka (Nazir, 2005).

2. Kuesioner *kansei*

Kuesioner *kansei* merupakan jenis pertanyaan dengan menggunakan kata *kansei* terpilih sebagai metode penilaian kategori atribut dalam bentuk skala *semantic differential*. Skala *semantic differential* merupakan skala yang berfungsi untuk mengukur pengertian suatu objek atau konsep oleh seseorang dalam suatu skala bipolar dengan tujuh buah titik.

Skala bipolar adalah skala yang berlawanan seperti baik-buruk, cepat-lambat, dan sebagainya (Nazir, 2005).

3.8. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2012:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari untuk kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2012:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 sampel yang dianggap mengerti terhadap pengembangan produk Sandal Kulit. Latar belakang responden terdiri dari Pelajar, mahasiswa, pengusaha, pegawai yang berjenis kelamin laki-laki dan dengan rentang usia 17-35 tahun, serta minimal sudah pernah membeli atau memesan sandal di toko Anindya 2 minimal 2 kali pemesanan atau pembelian.

3.8.1. Teknik *Sampling*

Menurut Sugiyono (2012:81), teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu :

1. Probability Sampling

Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi :

a. Simple Random Sampling

Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

b. Proportionate Stratified Random Sampling

Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

c. Disproportionate Stratified Random Sampling

Teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional.

d. Cluster Sampling (Area Sampling)

Teknik *sampling* daerah digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang diteliti atau sumber data sangat luas, misal penduduk dari suatu Negara, propinsi atau kabupaten.

2. Non-probability Sampling

Non-probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi :

a. Sampling Sistematis

Sampling sistematis adalah teknik dimana pengambilan sampel

berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut.

b. Sampling Kuota

Sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai cirri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan tercapai.

c. Sampling Insidental

Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan / insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

d. Sampling Purposive

Sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

e. Sampling Jenuh

Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

f. Snowball Sampling

Snowball sampling adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar.

Sampel yang diambil pada penelitian ini adalah sebanyak 50 responden berdasarkan range usia 17-35 tahun dan yang sudah pernah membeli atau memesan 2 kali pembelian.

3.9. Pengolahan Data

Pengolahan data dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

1. Pengumpulan suara konsumen berdasarkan atribut dan kata-kata *kansei*.
2. Analisis *conjoint* dari hasil jawaban kuesioner kansei (*semantic differential*).

Atribut produk terpilih diperoleh berdasarkan analisis *conjoint* dengan nilai *utility* terbesar.

3. Penilaian tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut produk terpilih. Nilai tingkat kepentingan diperoleh dari hasil kuesioner tertutup atribut produk terpilih.
4. Penentuan karakteristik teknis. Karakteristik teknis produk yang telah diterjemahkan kedalam bahasa teknis diperoleh berdasarkan hasil kuesioner karakteristik teknis.

3.10. Kesimpulan dan Saran

Dari hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan di penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan dan juga memberikan saran pengembangan Produk Sandal Bunut hasil *redesign* Sandal Bunut yang mempunyai nilai jual tinggi menaikkan omzet pemilik usaha.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil pengolahan, analisis data dan tujuan penelitian yaitu :

1. Kata *kansei* berdasarkan pilihan konsumen yang menjadi prioritas untuk perbaikan desain produk Sandal kulit pria khas desa Bunut dari hasil penelitian adalah menarik, elegan, simpel, Awet, ringan, dan Proporsional.
2. Tingkat kepentingan masing-masing *item* yang mempengaruhi selera konsumen antara lain sebagai berikut :
 - a. Model desain sandal kulit pria khas desa bunut adalah Semi Outdoor dengan 6 kata *kansei* yaitu Elegan, Simpel, Awet, Ringan, Motif dan Proporsional, yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2.12, 2.10, 1.92, 2.06, 1.96, dan 2.10.
 - b. Warna desain sandal kulit pria khas desa bunut adalah Coklat dengan 7 kata *kansei* yaitu Menarik, Elegan, Simpel, Awet, Ringan, Motif dan Proporsional, yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2.06, 2.06, 1.94, 2.12, 1.96, 1.94, dan 2.10.
 - c. Bentuk Tali desain sandal kulit pria khas desa bunut adalah Tali silang dengan 6 kata *kansei* yaitu Menarik, Elegan, Simpel, Awet, Motif dan Proporsional, yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 1.90, 1.92, 2.1, 2.1, 2.1, dan 2.
 - d. Jenis Kulit desain sandal kulit pria khas desa bunut adalah Kulit Sapi Asli dengan 6 kata *kansei* yaitu Menarik, Simpel, Awet, Motif dan

- Proporsional, yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2, 2.14, 1.90, 2.14, 1.98, 1.9
- e. Kualitas desain sandal kulit pria khas desa bunut adalah Bagus dan awet dengan 6 kata *kansei* yaitu Elegan, Simpel, Awet, Ringan, Motif dan Proporsional, yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2, 2.2, 2, 2.12, 2.06, dan 2
- f. Motif desain sandal kulit pria khas desa bunut adalah Batik dengan 6 kata *kansei* yaitu Menarik, Elegan, Simpel, Awet, Motif, dan Proporsional, yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 1.90, 1.92, 2.1, 2.1, 2.1, dan 2.
- g. Berat sandal kulit pria khas desa bunut adalah Ringan dengan 6 kata *kansei* yaitu Menarik, Elegan, Simpel, Awet, Ringan dan Proporsional, yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 1.92, 2.06, 2, 2, 1.98, dan 1.92.
3. Spesifikasi yang terpilih berdasarkan persepsi dan keinginan konsumen adalah memiliki model semi outdoor, berbahan kulit sapi asli yang berwarna coklat, bertali silang dan memiliki corak batik di beberapa tali sandal, memiliki kualitas yang awet dan berbobot ringan.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diajukan setelah penelitian tugas sarjana adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat diterapkan di UD. Anindya 2 sehingga memiliki nilai tambah dan Peminat sandal kulit yang semakin meningkatkan penjualan.

2. penelitian lebih lanjut disarankan menambah referensi dari atribut tentang kualitas produk sandal kulit pria khas desa bunut.
3. Pada penelitian selanjutnya yaitu perlu adanya diskusi *prototipe* untuk menguji desain yang diusulkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, Rosnaini. 2010. *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Marlyana, Novi. 2012. *Penerapan Metode Kansei Engineering Dan Anthropometri Pada Pemilihan Desain Fasilitas Ruang Warnet*. Skripsi. Teknik Industri Unissula: Semarang.
- Nagamachi, Mitsuo. 2008. "Perspectives and the new trend of Kansei/affective engineering". *The TQM Journal*. Vol. 20, No: 4, pp. 290 – 298.
- Restantin, N.Y.; Ushada, M.; dan Ainuri, M. 2012. "Desain Prototipe Meja dan Kursi Pantai Portabel dengan Integrasi Pendekatan Ergonomi, Value Engineering dan Kansei Engineering". *Jurnal Teknik Industri*. Vol. 14, No. 1, Juni 2012, pp. 53-62
- Ghozali, I., 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19 edisi 5*. Badan Penerbit Univ. Diponegoro. Semarang
- Huang, Y.X., Chen, C.H., Khoo L.P., 2010. A Kansei Clustering Method For Emotional Design Using Design Structure Matrix. *Proceedings of the 17th ISPE International Conference on Concurrent engineering (CE 2010)*, Cracow, Poland, 113e120.
- Salomon, Lith Laricha, Wilsonrone Kosasih, Natalia Lydia Saputra. 2015. *Strategi Pengembangan Plastic Shopping Bag Berdasarkan Preferensi Konsumen dengan Pendekatan Metode Kansei Engineering*. Vol. 04 No. 14
- , G., dan Nagai Y., 2011. A Conceptual Network Analysis of User Impressions and Meanings of Product Materials in Design. *Journal of Material and Design* 32: 4230-4240. Elsevier
- Nagamachi, M., Okazaki, Y., Ishikawa, M. 2006. Kansei Engineering and Application of The Rough Sets Model. *In Proceedings of ImechE*, pp. 763- 768, *Journal of Systems and Control Engineering*. Vol. 220, Part I:

Nagamachi M., and Lokman A. M., 2011. *Innovations Of Kansei Engineering*.

CRC press Taylor and Francis Group.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Bandung :Alfabeta, CV.



KUISIONER PENELITIAN

Nama :

Umur :

Jenis kelamin :

1. Tertera logo UKM UD. Anindya 2 pada sol sandal bagian atas
 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
2. Warna dari Sandal kulit pria Khas desa bunut tidak mudah pudar dan tahan cuaca
 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
3. Desain Sandal kulit pria Khas desa bunut lebih modern
 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
4. Apakah anda setuju bahwa Sandal kulit pria Khas desa Bunut Memiliki tali ?
 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
5. Apakah anda setuju bahwa Sandal kulit pria Khas desa Bunut Memiliki tali ?
 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
6. Apakah anda setuju bahwa Sandal kulit pria Khas desa Bunut Memiliki Sol yang ringan dan kuat ?
 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
7. Warna Sandal kulit pria Khas desa Bunut yang tidak mencolok
 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
8. Sandal kulit pria Khas desa Bunut memiliki banyak ukuran yang tersedia
 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
9. Sandal kulit pria Khas desa Bunut memiliki berbagai Motif
 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju

KUISIONER KATA-KATA KANSEI

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Alamat :

****Isilah pertanyaan dibawah ini pada baris jawaban yang tersedia***

1. Sudah berapa kali anda membeli sandal di toko UD. Anindya 2?

Jawab :

2. Bagaimana jenis/model Sandal kulit pria yang anda inginkan ?

Jawab :

3. Bagaimana bentuk dari sandal kulit pria yang anda inginkan?

Jawab :

4. Apa warna dari sandal kulit pria yang anda inginkan?

Jawab :

5. Bagaimana desain tali sandal kulit pria yang anda inginkan?

Jawab :

6. Bagaimana Kualitas bahan sandal kulit pria yang anda inginkan?

Jawab :

7. Bagaimana desain sol sandal kulit pria yang anda inginkan?

Jawab :

8. Bagaimana bahan sol sandal kulit pria yang anda inginkan?

Jawab :

9. Apa warna dari sol sandal kulit pria yang anda inginkan ?

Jawab :

10. Berapa range Ukuran yang tersedia dari sandal kulit pria yang anda inginkan?

Jawab :

11. Berapa banyak tali sandal kulit pria yang anda inginkan?

Jawab :

12. Bagaimana motif atau corak sandal kulit pria yang anda inginkan ?

Jawab :

13. Berapa berat sandal kulit pria yang anda inginkan

Jawab :

MAKNA KATA *KANSEI*

No	Kata Kansei	Makna Kata Kansei	Kata Kansei Terpilih
1.	Memikat	Arti kata memikat adalah menarik dan membujuk hati (penonton, pembeli dan sebagainya);	Menarik
2.	Menarik	lain daripada yang lain; tidak ada persamaan;	
3.	Keren	Elok; rapi; anggun; lemah gemulai; luwes; bagus;	Elegan
4.	Elegan	berdandan rapi;	
5.	Simpel	Mudah dikerjakan atau dimengerti (tidak berbelit-belit); sederhana	Simpel
6.	Minimalis	Enak dipandang, sederhana	
7.	Tahan lama	Lama berubah; lama bertahan; tidak mudah rusak (tua dan sebagainya);	Awet
8.	Tidak mudah lekang		
9.	Kuat		
10.	Tidak Pudar		
11.	Nyaman		
12.	<i>High Quality</i>		
13.	Awet		
14.	<i>Premium</i>		
15.	Ringan	Dapat diangkat dengan mudah; sedikit bobotnya; enteng;	Ringan
16.	Polos	pola; corak:	Batik
17.	Batik	salah satu di antara gagasan yang dominan di dalam karya sastra, yang dapat berupa peran, cinta, citra yang berulang, atau pola pemakaian kata yang sesuai;	
18.	Motif		
19.	Garis-garis		
20.	Etnik		
21.	Doff		
22.	Kilat		
23.	Tidak Licin	sesuai dengan proporsi; seimbang;	Proporsional
24.	Empuk	berimbang	
25.	Proporsional		

KUESIONER KANSEI

Nama

Umur

Pekerjaan

Contoh pengisian kuesioner

Kansei	1	2	3	4	5	6	7	Kansei
Tidak Mewah	Sangat cocok tidak mewah	Cocok Tidak Mewah	Sedikit cocok tidak mewah	Netral	Sedikit cocok mewah	Cocok mewah	Sangat cocok mewah	Mewah

Isilah kuesioner dibawah ini sesuai dengan keinginan anda terhadap kriteria kemasan untuk produk keripik singkong menurut perasaan anda.

1. Kategori 1 (Semi outdoor)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Sempel								Sempel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

2. Bunut Kategori 2 (Casual)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Sempel								Sempel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

3. Bunut Kategori 3 (Warna Coklat)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Sempel								Sempel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

4. Bunut Kategori 4 (Warna Hitam)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Simpel								Simpel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

5. Bunut Kategori 5 (Tali silang)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Simpel								Simpel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

6. Bunut Kategori 6 (Tali lurus)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Simpel								Simpel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

7. Kategori 7 (Kulit Sintetis)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Simpel								Simpel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

8. Bunut Kategori 8 (Kulit Sapi Asli)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Simpel								Simpel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

9. Bunut Kategori 9 (Sol kualitas standart)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Simpel								Simpel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

10. Bunut Kategori 10 (Awet)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Simpel								Simpel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

11. Bunut Kategori 11 (Batik)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Simpel								Simpel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

12. Bunut Kategori 12 (Garis Garis)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Simpel								Simpel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

13. Bunut Kategori 13 (Sedang)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Simpel								Simpel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional

14. Bunut Kategori 14 (Ringan)

Kansei Negatif	Skala Penilaian							Kansei Positif
	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Menarik								Menarik
Tidak Elegan								Elegan
Tidak Simpel								Simpel
Tidak Awet								Awet
Tidak Ringan								Ringan
Tidak Motif								Batik
Tidak Proporsional								Proporsional