

**PERANCANGAN KEMASAN KACANG SIHOBUK DI UMKM  
HORAS MENGGUNAKAN METODE *KANSEI ENGINEERING***

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**MILPAN LUBIS**

**188150078**



**PROGAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2023**

**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

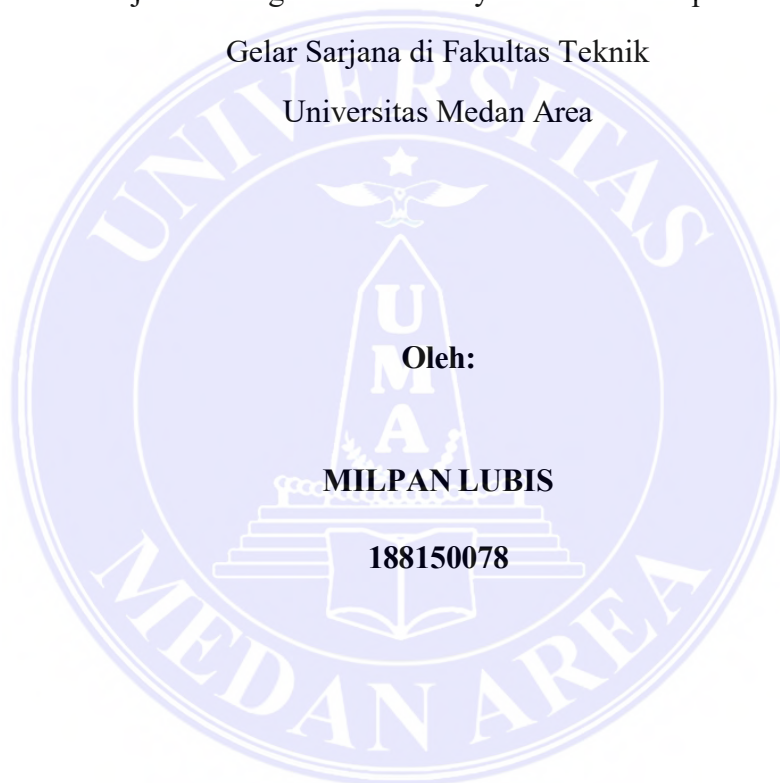
Document Accepted 24/11/23

Access From (repository.uma.ac.id)24/11/23

**PERANCANGAN KEMASAN KACANG SIHOBUK DI UMKM HORAS  
MENGUNAKAN METODE *KANSEI ENGINEERING***

**SKRIPSI**

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



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDSUTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023**

**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 24/11/23

Access From (repository.uma.ac.id)24/11/23

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perancangan Kemasan Kacang Sihobuk Di UMKM Horas  
Menggunakan Metode *Kansei Engineering*.

Nama : Milpan Lubis

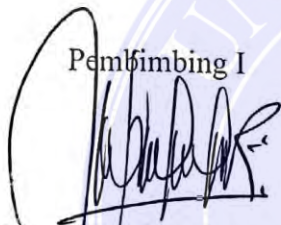
NPM : 188150078

Fakultas : Teknik

Disetujui Oleh:

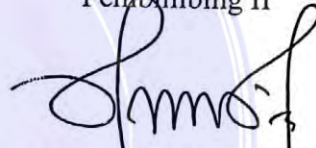
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



Ir. Marali Banjarnahor, M.Si  
NIDN: 011026101

Pembimbing II



Yudi Daeng Polewangi, ST, MT  
NIDN: 0112118503

Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik


Dy. Kurniawan, S.Kom. M.Kom  
NIDN: 0105058804

Ketua Program Studi


Nurhe Andri S. Ajiana, ST, MT  
NIDN: 0127038802

Tanggal Sidang: 29 September 2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

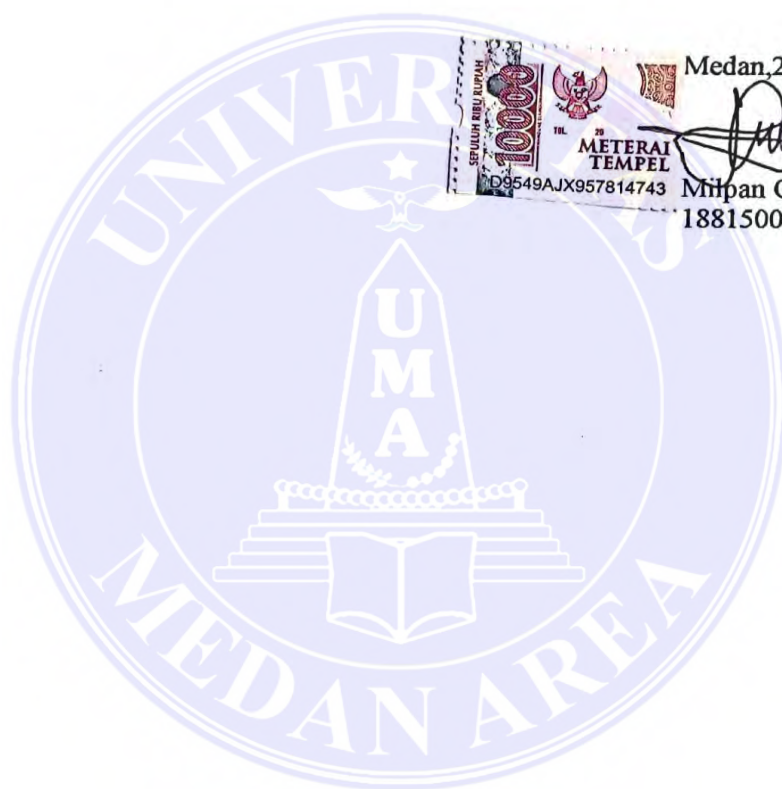
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/11/23

Access From (repository.uma.ac.id)24/11/23

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya 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, 29 September 2023



Milpan Gideon Lubis  
188150078

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Milpan Gideon Lubis  
NPM : 188150078  
Program Studi : Industri  
Fakultas : Teknik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Perancangan Kemasan Kacang Sihobuk Pada UMKM Horas dengan Metode Kansei Engineering. Pada Mahasiswa Universitas Medan Area. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihkan media/format, mengelola dalam bentuk pangkalan data ( database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 29 September 2023

  
Milpan Gideon Lubis  
188150078

## ABSTRAK

**Milpan Lubis NPM 188150078. “Perancangan Kemasan Kacang Sihobuk Di UMKM Horas Menggunakan Metode *Kansei Engineering*”. Dibimbing oleh Ir. M. Banjarnahor M.Si dan Yudi Daeng Polewangi ST, MT.**

Menghasilkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan manusia adalah hal yang ingin dicapai dari proses perancangan. Kemasan dapat di artikan sebagai suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk tertentu yang berada didalamnya serta dapat memberi citra untuk membujuk penggunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan desain kemasan kacang sihobuk pada UMKM Horas berdasarkan *kansei* (keinginan) konsumen dengan pendekatan metode *kansei engineering*. *Kansei engineering* merupakan sebuah metode sebagai jembatan atas keinginan konsumen terhadap desain produk yang diinginkan, dengan cara mendefinisikan keinginan konsumen (*citra image*) yang teridentifikasi melalui kata-kata *kansei* ke dalam desain produk. Penarikan sampel menggunakan metode survei yaitu suatu cara pengambilan sampel dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi dan hanya 100 responden yang diambil dan diteliti. 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. Hasil penelitian menunjukkan spesifikasi kategori kemasan kacang sihobuk yang terpilih adalah bentuk kemasan standing pouch dengan bahan kemasan paper food, warna kemasan coklat tua-coklat muda, ukuran kemasan varian ukuran, bentuk merek bulat, warna tulisan merek kuning, petunjuk tentang informasi produk dan terdapat gambar kacang sihobuk.

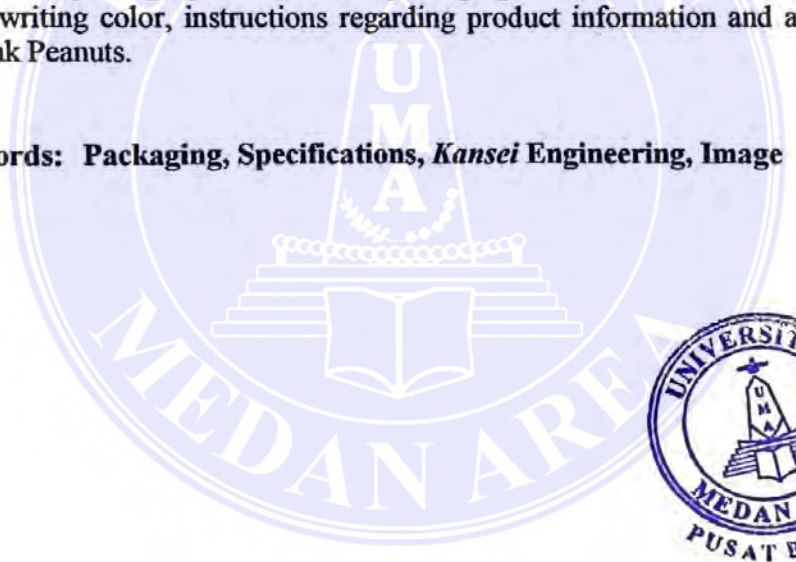
**Kata Kunci : Kemasan, Spesifikasi, *Kansei Engineering*, *Citra Image***

## ABSTRACT

**Milpan Lubis. 188150078. "The Packaging Design of Sihobuk Peanuts at MSME of Horas Using the *Kansei* Engineering Method". Supervised by Ir. Marali Banjarnahor, M.Si. and Yudi Daeng Polewangi, S.T., M.T.**

Yielding a product that conforms to human needs is what the design process wants to achieve. Packaging can be interpreted as an object that protects and secures certain products inside and can provide an image to persuade users. This research aimed to produce a Sihobuk Peanut packaging design for MSME of Horas based on consumer *Kansei* (desires) using the *Kansei* Engineering method. *Kansei* engineering is a method to realize consumer desires towards the desired product design by defining consumer desires (images) identified through *Kansei* words into product design. Sampling used the survey method, namely a method by using a questionnaire as a research tool carried out on the population, and only 100 respondents were taken and studied. The data processing technique was carried out using the *Kansei* Engineering method. The results of data processing in calculations would be analyzed, problem-solving would be carried out, and recommendations for improvement would be given. The results of the research showed that the specifications for the selected Sihobuk peanut packaging category were standing pouch packaging with paper food packaging material, dark brown-light brown packaging color, variant packaging sizes, round brand shape, yellow brand writing color, instructions regarding product information and a picture of Sihobuk Peanuts.

**Keywords:** Packaging, Specifications, *Kansei* Engineering, Image



18/10-2023

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Milpan Gideon Lubis, lahir di Tanjung Leidong, Kualuh leidong, Sumatera Utara, pada tanggal 29 Agustus 2000. Penulis merupakan anak ke-4 dari 4 bersaudara. Penulis menyelesaikan pendidikan pertama di TK Swasta D.I Pandjaitan pada tahun 2005. Dan pada tahun 2006 penulis melanjutkan pendidikan di SD Swasta D.I Panjaitandan selesai pada tahun 2012. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Swasta D.I Panjaitan dan selesai pada tahun 2015. Pada tahun tahun yang sama penulis melanjutkan di SMA Swasta Assisi Siantar dan selesai pada tahun 2018. Dan pada tahun 2018 penulis tercatat sebagai mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan sebaik-baiknya. Adapun judul skripsi ini yaitu Perancangan Kemasan Kacang Sihobuk Di UMKM Horas Menggunakan Metode *Kansei Engineering*. Tujuan dari penyusunan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis dapat menyelesaikannya karena adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam meluangkan waktu dan pikiran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng. MSc., 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, ST. MT., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Medan Area

4. Bapak Ir. M. Banjarnahor, MS.i., selaku Dosen Pembimbing I
5. Bapak Yudi Daeng Polewangi, S.T, MT., selaku Dosen Pembimbing II
6. Seluruh dosen program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik, Universitas Medan

iv



- Area yang telah memberikan ilmu pengetahuannya selama mengajar.
7. Seluruh staf dosen pengajar dan karyawan/wati di Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
  8. Bapak Mangiring Sipahutar selaku pemilik UMKM Horas, serta seluruh karyawan yang banyak membantu selama saya melakukan penelitian.
  9. Orang tua yang saya cintai, S. Br. Butar-butar yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini.
  10. Seluruh teman-teman seperjuangan Teknik Industri stambuk 2018 yang selalu memberi dukungan dan motivasi untuk saya agar selalu semangat.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Semoga apa yang telah disajikan dalam skripsi ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk rekan-rekan dan pembaca sekalian. Semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan pada penulis.

Penulis

(Milpan Lubis)

## DAFTAR ISI

|  | HALAMAN     |
|--|-------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                                       | <b>iii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                | <b>iv</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                    | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                  | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                 | <b>x</b>    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                              | <b>1</b>    |
| 1.1. Latar Belakang .....                                  | 1           |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                                 | 4           |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                               | 4           |
| 1.4. Batasan Penelitian .....                              | 5           |
| 1.5. Manfaat Penelitian .....                              | 5           |
| 1.6. Sistematika Penulisan .....                           | 6           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>                         | <b>8</b>    |
| 2.1. Sejarah Kemasan.....                                  | 8           |
| 2.1.1. Pengertian Kemasan.....                             | 8           |
| 2.1.2. Klasifikasi Kemasan .....                           | 10          |
| 2.1.3. Fungsi Kemasan.....                                 | 12          |
| 2.1.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemasan Produk..... | 13          |
| 2.1.5. Variabel Kemasan .....                              | 15          |
| 2.2. Perilaku Konsumen .....                               | 17          |
| 2.3. <i>Kansei Engineering</i> .....                       | 19          |
| 2.3.1. Pengertian <i>Kansei Engineering</i> .....          | 19          |
| 2.3.2. Jenis-jenis <i>Kansei Engineering</i> .....         | 21          |
| 2.4. Pengumpulan Data Melalui Daftar Pertanyaan.....       | 23          |
| 2.5. Skala Penilaian .....                                 | 24          |
| 2.6. <i>Analisa Conjoint</i> .....                         | 26          |
| 2.7. Uji Validitas .....                                   | 27          |
| 2.8. Uji Reliabilitas .....                                | 28          |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                          | <b>30</b> |
| 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....                             | 30        |
| 3.2. Jenis Penelitian .....  | 30        |
| 3.3. Variabel Penelitian .....                                     | 30        |
| 3.4. Kerangka Berpikir .....                                       | 31        |
| 3.5. Metode Analisis Data .....                                    | 33        |
| 3.6. Metode Pengumpulan Data .....                                 | 34        |
| 3.7. Pengolahan Data.....  | 36        |
| 3.8. Kesimpulan dan Saran.....                                     | 36        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                            | <b>37</b> |
| 4.1. Pengumpulan Data.....   | 37        |
| 4.1.1. Pengumpulan Kata <i>Kansei</i> .....                        | 37        |
| 4.1.2. Penetapan Skala <i>Kansei</i> dari Kata <i>Kansei</i> ..... | 39        |
| 4.1.3. Pengurutan Spesifikasi Kategori .....                       | 40        |
| 4.1.4. Kuesioner <i>Kansei</i> .....                               | 40        |
| 4.2. Pengolahan Data.....  | 68        |
| 4.2.1. Analisis Statistik.....                                     | 68        |
| 4.2.2. Interpretasi Analisis Statistik Data .....                  | 72        |
| 4.2.3. Referensi Dalam Menentukan Ukuran Kemasan .....             | 74        |
| 4.2.4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....                         | 75        |
| 4.2.5. Desain Kemasan Kacang Sihobuk.....                          | 78        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                            | <b>82</b> |
| 5.1. Kesimpulan.....   | 82        |
| 5.2. Saran.....  | 84        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>  |           |
| <b>LAMPIRAN</b>  |           |

## DAFTAR TABEL

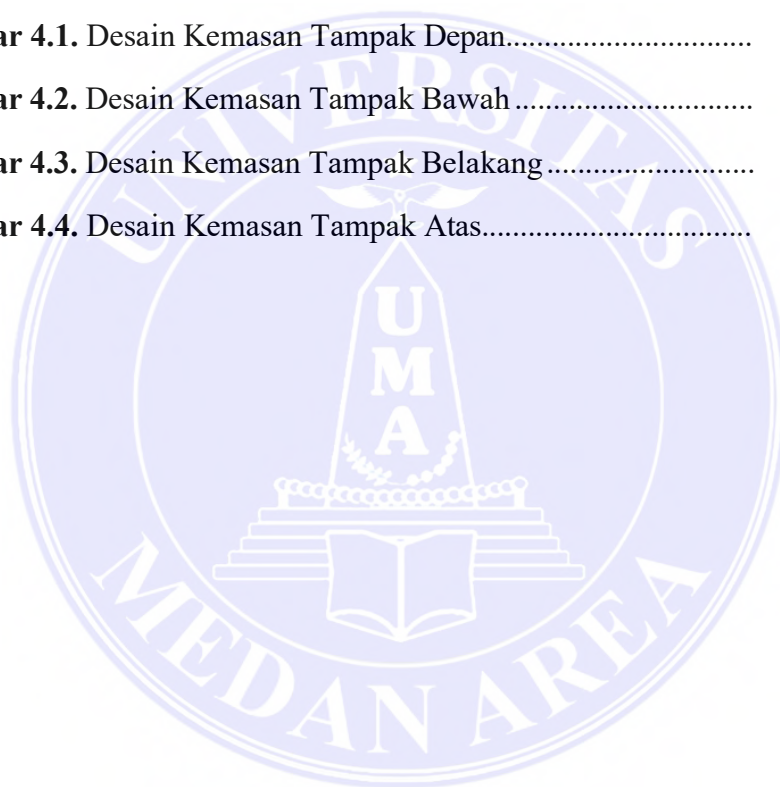
|  | <b>HALAMAN</b> |
|--|----------------|
| <b>Tabel 1.1.</b> Data Produksi/Penjualan Kacang Sihobuk di UMKM Horas.....        | 3              |
| <b>Tabel 2.2.</b> Contoh Matriks Waktu Operasi .....                               | 17             |
| <b>Tabel 2.3.</b> <i>Westinghouse Rating</i> .....                                 | 31             |
| <b>Tabel 3.1.</b> Definisi Operational Penelitian.....                             | 34             |
| <b>Tabel 4.1.</b> Kata <i>Kansei</i> Kemasan Kacang Sihobuk .....                  | 37             |
| <b>Tabel 4.2.</b> Kata <i>Kansei</i> Terpilih Kemasan Kacang Sihobuk .....         | 38             |
| <b>Tabel 4.3.</b> Skala <i>Kansei</i> Kemasan Kacang Sihobuk .....                 | 40             |
| <b>Tabel 4.4.</b> Spesifikasi Kategori Kemasan Kacang Sihobuk .....                | 40             |
| <b>Tabel 4.5.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 1 .....   | 41             |
| <b>Tabel 4.6.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 2 .....   | 43             |
| <b>Tabel 4.7.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 3 .....   | 45             |
| <b>Tabel 4.8.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 4 .....   | 46             |
| <b>Tabel 4.9.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 5 .....   | 48             |
| <b>Tabel 4.10.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 6.....   | 50             |
| <b>Tabel 4.11.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 7.....   | 52             |
| <b>Tabel 4.12.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 8.....   | 53             |
| <b>Tabel 4.13.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 9.....   | 55             |
| <b>Tabel 4.14.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 10.....  | 57             |
| <b>Tabel 4.15.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 11.....  | 58             |
| <b>Tabel 4.16.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 12.....  | 60             |
| <b>Tabel 4.17.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 13.....  | 61             |
| <b>Tabel 4.18.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 14.....  | 63             |
| <b>Tabel 4.19.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 15.....  | 64             |
| <b>Tabel 4.20.</b> Rekapitulasi Kuesioner Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 16.....  | 66             |
| <b>Tabel 4.21.</b> Rekapitulasi Perhitungan Rata-rata Kemasan Kacang Sihobuk ..... | 69             |
| <b>Tabel 4.22.</b> Hasil Transpose Atribut dan Kategori Kemasan Terhadap Kansei.   | 70             |

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabel 4.23.</b> Hasil Nilai Utilitas Kuesioner <i>Kansei</i> Kemasan Kacang Sihobuk.. | 71 |
| <b>Tabel 4.24.</b> Pemilihan Modus Untuk Atribut dan Kategori Kemasan Sihobuk .          | 73 |
| <b>Tabel 4.25.</b> Atribut Terpilih Kemasan Kacang Sihobuk.....                          | 74 |
| <b>Tabel 4.26.</b> Rekapitulasi Hasil Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas         | 76 |
| <b>Tabel 4.27.</b> Spesifikasi Kategori Kemasan Kacang Sihobuk Terpilih.....             | 78 |



## DAFTAR GAMBAR

|   | <b>HALAMAN</b> |
|---|----------------|
| <b>Gambar 1.1.</b> Beberapa Contoh Kemasan yang Berada di Pasaran.. | 3              |
| <b>Gambar 3.1.</b> Kerangka Berpikir .....                          | 32             |
| <b>Gambar 3.2.</b> Blok Diagram Metodologi Penelitian .....         | 34             |
| <b>Gambar 3.3.</b> Diagram Alur Penelitian .....                    | 42             |
| <b>Gambar 4.1.</b> Desain Kemasan Tampak Depan.....                 | 79             |
| <b>Gambar 4.2.</b> Desain Kemasan Tampak Bawah .....                | 79             |
| <b>Gambar 4.3.</b> Desain Kemasan Tampak Belakang .....             | 80             |
| <b>Gambar 4.4.</b> Desain Kemasan Tampak Atas.....                  | 80             |





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada usaha makanan ringan tradisional produsen harus lebih mengoptimalkan kualitas rasa dan desain kemasan tersebut agar dapat bersaing di pasaran dengan produk-produk lain. Menghasilkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan manusia adalah hal yang ingin dicapai dari proses perancangan. Salah satu caranya adalah dengan merancang, dengan berorientasi terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan (Ginting R, 2010). Kondisi perkembangan usaha yang sangat dinamis di Indonesia membuat setiap pelaku usaha dibidang apapun perlu melakukan inovasi yang berkelanjutan dan berkesinambungan agar tetap dapat bersaing di pasar (Theopilus Y dkk, 2018). Kemasan juga mempunyai peran yang sangat penting dalam pemasaran sebuah produk. Menurut Christy,P (2014), banyak konsumen yang membeli secara sadar akan suatu produk karena tertarik pada suatu produk karena alasan warna, bentuk kemasan. Belum lagi konsumen yang membeli karena *impulse buying*, gara-gara menariknya desain, atau bentuk kemasan suatu produk. Sehingga kemasan menjadi sangat efektif untuk mendorong konsumen membeli suatu produk.

Menurut Said,A.A (2016) pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Kemasan, secara sederhana dan harafiah dapat diartikan sebagai wadah atau pembungkus untuk melindungi dan menjaga kualitas suatu barang/produk, baik pada saat disimpan, diantarkan/didistribusikan maupun saat dipajang/dipamerkan

di rak/pasar swalayan (Said, A.A, 2016). Kemasan merupakan salah satu faktor pencipta suatu *image* tertentu yang ingin dibangun oleh produk. Desain dari suatu kemasan mengaitkan semua bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen- elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan ini sendiri berfungsi untuk membungkus, melindungi, mengirim, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk dalam pemasarannya (Said, A.A, 2016).

UMKM Kacang Sihobuk Horas merupakan usaha pembuatan Kacang Sihobuk. Kacang Sihobuk adalah makanan ringan/ jajanan khas Batak yang berasal dari Desa Sihobuk, Tarutung, Tapanuli Utara. Nama Sihobuk adalah nama merk dagang yang diambil dari nama desa Sihobuk menjadi merk. Tidak terlalu berbeda dengan kacang lain, tetapi kacang tersebut telah dipilih dan dipilah untuk dijual.

Proses pembuatan kacang sihobuk di UMKM Horas yaitu dengan membersihkan terlebih dahulu kacang yang sudah di siapkan, lalu kacang perlu direndam dalam air selama 3-5 jam lalu dijemur sejenak. Setelah kering, kacang digongseng dengan pasir dalam belanga menggunakan api kayu bakar hingga matang. Proses ini masih menyertakan kulit kacang hingga kacang dikemas.

Kemasan yang digunakan oleh UMKM Kacang Sihobuk Horas adalah plastik dan kertas yang ditempel di kemasan sebagai merk dagang perusahaan. Kemasan yang seperti ini sudah sangat umum digunakan untuk membungkus makanan ringan sehingga makanan ringan seperti Kacang Sihobuk di UMKM Horas terlihat biasa dan tidak memiliki perbedaan dengan kacang Sihobuk lainnya dalam segi kemasan.

Berikut ini merupakan data produksi/ penjualan Kacang Sihobuk dalam lima tahun terakhir, dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini.

**Tabel 1.1.** Data Produksi/ Penjualan Kacang Sihobuk di UMKM Horas

| No | Tahun | Jumlah (Ton) |
|----|-------|--------------|
| 1  | 2017  | 8.356        |
| 2  | 2018  | 7.065        |
| 3  | 2019  | 6.599        |
| 4  | 2020  | 5.154        |
| 5  | 2021  | 5.754        |

*Sumber: UMKM Horas*

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa jumlah produksi/ penjualan pada lima tahun terakhir terus mengalami penurunan. Maka dari itu UMKM Horas perlu melakukan sebuah upaya untuk meningkatkan penjualan salah satunya yaitu dengan melakukan inovasi produk berupa perancangan desain kemasan Kacang Sihobuk yang baru.



**Gambar 1.1.** Beberapa Contoh Kemasan yang Berada di Pasaran

Untuk dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap kemasan makanan dan minuman, perlu dilakukan pemenuhan kebutuhan konsumen akan kemasan produk itu sendiri (Christy P, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kemasan Kacang Sihobuk di UMKM Horas yang dilakukan dengan pengembangan secara kontinu dari berbagai aspek. Salah satu yang harus

menjadi fokus pengembangan yaitu dari aspek kemasan dimana selain fungsi utamanya sebagai pelindung, kemasan juga merupakan aspek yang dapat memberikan kesan pertama kali pada konsumen sehingga memberikan stimulan kepada konsumen untuk membeli produk tersebut.

Desain kemasan yang menarik membuat para konsumen memiliki daya tarik tersendiri ketika melihatnya, sehingga hal tersebut dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian impulsif (Christy P, 2014). Maka penulis mencoba merekomendasikan desain kemasan dengan memperhatikan suara konsumen (*voice of customer*) melalui perancangan produk dengan menggunakan metode *kansei engineering*. Metode *Kansei Engineering* adalah metode yang dipakai untuk mengidentifikasi aspek psikologis konsumen saat berinteraksi dengan produk dan menemukan hubungan antara perasaan tersebut dengan karakteristik produk berdasarkan *citra image*

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana desain kemasan Kacang Sihobuk yang menarik dan menciptakan citra produk dalam benak diri konsumen.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mendesain kemasan Kacang Sihobuk yang menarik dan menciptakan citra produk dalam benak diri konsumen.

#### 1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini dibuatlah batasan masalah untuk menghindari agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari rumusan masalah dan tujuan penelitian, adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian terfokus pada desain kemasan Kacang Sihobuk di UMKM Horas
2. Metode *Kansei Engeneering* untuk mengidentifikasi unsur dan atribut kemasan produk Kacang Sihobuk.
3. Responden yang dijadikan sampel adalah pelanggan atau konsumen pada UMKM tersebut.
4. Tidak mengukur tingkat penjualan setelah dilakukan re-desain kemasan kacang Sihobuk.
5. Tidak membuat dan menghitung biaya pencetakan kemasan kacang Sihobuk.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Kacang Sihobuk Horas  
Hasil kajian dapat menjadi masukan untuk memperbaiki/ memilih desain kemasan Kacang Sihobuk untuk lebih menarik konsumen dalam promosi pemasaran.
2. Bagi Akademis  
Memberikan informasi dan ilmu pengetahuan, serta sebagai media belajar dan referensi bagi 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 yang timbul di dunia nyata.

## 1.6 Sistematika Penulisan

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.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Sejarah Kemasan

Perkembangan kemasan di Indonesia tidak jauh berbeda dengan sejarah kemasan di dunia. Sejarah desain kemasan diawali dengan kebutuhan manusia untuk menyimpan barang. Sejak 8000 SM manusia membuat kemasan dengan menggunakan material-material alami seperti anyaman rumput, kulit pohon, daun, kerang, kerajinan tanah liat, dan peralatan kaca yang kasar sebagai wadah barang-barangnya. Bahan kemasan yang umum digunakan di Nusantara adalah daun, kayu, bambu, gerabah, kertas, kaca, gelas, dan kaleng (Rahardjo, 2016).

Kemasan pada saat itu fungsinya hanya sekedar untuk melindungi isi yang berada di dalamnya. Seiring berjalannya waktu kemasan tidak hanya sebagai pelindung isi, tetapi juga berfungsi untuk menambah nilai jual dari produk tersebut. Kemasan berperan sebagai daya tarik dan pemberi informasi melalui aspek artistik, warna, grafis, bentuk, dan desain mempromosikan produk yang akan dijual (Kineta, 2017).

##### 2.1.1 Pengertian kemasan

Kemasan berasal dari kata kemas yang berarti teratur (terbungkus) rapi, bersih, rapi, beres, dan selesai. *The silent sales-man/girl* merupakan sebutan lain dari kemasan yang mewakili ketidakhadiran pelayan dalam menunjukkan kualitas produk. Desain kemasan harus mampu menyampaikan pesan lewat komunikasi informatif, seperti halnya komunikasi antara penjual dengan pembeli. Para pakar pemasaran menyebutkan itu sebagai pesona produk (*the product charm*), sebab



kemasan memang berada di tingkat akhir suatu proses alur produksi yang tidak saja untuk memikat mata (*eye-catching*) tetapi juga untuk memikat pemakaian (*usage attractiveness*) (Wahmuda, 2018).

Menurut Mu'alim dan Rachmad Hidayat (2014) pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Kemasan dapat di artikan sebagai suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk tertentu yang berada di dalamnya serta dapat memberikan citra tertentu pula untuk membujuk penggunaanya.

Secara fungsi wujudnya harus merupakan kemasan yang mudah di mengerti sebagai suatu yang mudah dibawa, melindungi dan mudah di buka untuk benda maupun produk apapun. Yang terpenting, kemasan harus berhasil dalam uji kelayakan sebagai fungsi pengemas, dapatkah menjaga produknya secara keseluruhan, dapatkah menjaga untuk mengkondisikan produk tersebut dalam jangka waktu tertentu dan karena perpindahan tempat. Ada tiga alasan utama untuk melakukan pembungkusan, yaitu:

#### 1. Keamanan produk yang dipasarkan

Kemasan dapat melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.

#### 2. Membedakan dengan Produk Pesaing

Kemasan dapat melaksanakan fungsi pemasaran. Melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah

pertukaran oleh produk pesaing. Kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya.

### 3. Meningkatkan Penjualan

Karena itu kemasan harus dibuat menarik dan unik, dengan demikian diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen.

#### 2.1.2 Klasifikasi Kemasan

Kemasan yang ada pada saat modern ini diklasifikasikan dalam berbagai macam kelompok. Klasifikasi kemasan adalah sebagai berikut (Suhardi, 2019) :

1. Klasifikasi kemasan yang didasarkan pada frekuensi pemakaian :
  - a. Kemasan sekali pakai (*disposable*) merupakan kemasan yang langsung dibuang setelah dipakai.
  - b. Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (*multitrip*), dalam artian kata kemasan dikembalikan ke produsen, contohnya botol minuman.
  - c. Kemasan yang tidak dibuang atau dikembalikan oleh konsumen (*semi disposable*) dalam artian kata kemasan dapat digunakan sebagai wadah penyimpanan lainnya.
2. Klasifikasi kemasan berdasarkan struktur sistem kemas (kontak produk dengan kemasan) :
  - a. Kemasan primer, memiliki arti langsung bersentuhan dengan produk – produk yang dibungkusnya.
  - b. Kemasan sekunder, memiliki arti tidak bersentuhan langsung dengan produk-produknya tetapi membungkus produk yang telah dikemas dengan menggunakan kemasan primer.

- c. Kemasan tersier dan kuarter, merupakan kemasan untuk mengemas produk-produk setelah kemasan primer atau sekunder.
3. Klasifikasi kemasan berdasarkan sifat kekakuan bahan kemasan :
    - a. Kemasan *fleksibel* adalah bahan kemasan yang mudah dilenturkan tanpa adanya retak atau patah.
    - b. Kemasan kaku adalah bahan kemas yang bersifat keras, kaku, dan tidak tahan lenturan.
    - c. Kemasan semi kaku / semi *fleksibel* merupakan bahan kemas yang memiliki sifat-sifat antara kemasan fleksibel dan kemasan kaku.
  4. Klasifikasi kemasan berdasarkan sifat perlindungan terhadap lingkungan :
    - a. Kemasan hermetis (tahan uap dan gas) yaitu kemasan yang secara sempurna tidak dapat dilalui oleh gas, udara atau uap air sehingga selama masih hermetis wadah ini tidak dapat dilalui oleh bakteri, kapang, ragi dan debu. Misalnya kaleng, botol gelas yang ditutup secara hermetic.
    - b. Kemasan tahanchahaya yaitu wadah yang tidak bersifat transparan, misalnya kemasan logam, kertas dan foil. Kemasan ini cocok untuk bahan pangan yang mengandung lemak dan vitamin yang tinggi, serta makanan hasil fermentasi.
    - c. Kemasan tahan suhu tinggi, yaitu kemasan untuk bahan yang memerlukan proses pemanasan, pasteurisasi dan sterilisasi. Umumnya terbuat dari logam dan gelas.

5. Klasifikasi kemasan berdasarkan tingkat kesiapan pakai (perakitan):
  - a. Kemasan siap pakai yaitu siap untuk diisi dengan bentuk yang telah sempurna. Contohnya botol, wadah kaleng dan sebagainya.
  - b. Kemasan siap dirakit atau kemasan lipatan yaitu kemasan yang masih memerlukan tahap perakitan sebelum diisi.

### 2.1.3 Fungsi Kemasan

Kemasan berfungsi sebagai melindungi, menstabilkan, dan melestarikan isinya selama penanganan, perdagangan, transportasi, dan penyimpanan. Definisi ini menyiratkan bahwa kemasan harus berfungsi sebagai wadah yang memastikan tidak ada produk makanan yang bocor. Setiap produk dijaga agar tidak ada oksigen, air, cahaya, bakteri, serangga yang masuk ke dalam kemasan dan dapat merusak isi. Teknologi kemasan dapat dilakukan dengan memilih bahan kemasan dan kombinasi berbagai jenis perawatan yang membantu menstabilkan produk, agar memperpanjang umur simpan. Bahan harus kuat dan cukup fleksibel supaya tahan terhadap guncangan (Maffei, 2017).

Kemasan memiliki fungsi yang sangat penting, Permadi, D.T (2017) memberikan beberapa prinsip bagi perancang kemasan agar memahami proses kemasan antara lain :

1. Kemasan berfungsi sebagai informasi, sehingga desain kemasan harus jujur dan memberikan informasi tentang produk. Artinya kemasan harus sesuai dengan desain yang tertera pada kemasan dengan isinya.
2. Kemasan memiliki fungsi sebagai pelindung produk serta memiliki fungsi kepraktisan yang harus sesuai dengan pandangan konsumen.

3. Kemasan memiliki fungsi branding/merek sebagai sarana komunikasi citra dan posisi produk dipasar.

#### 2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemasan Produk

Fungsi kemasan harus menampilkan sejumlah faktor penting sebagai berikut (Widodo, 2016) :

1. Faktor Pengamanan

Melindungi produk terhadap berbagai kemungkinan yang dapat menjadi peyebab timbulnya kerusakan barang.

2. Faktor Ekonomi

Perhitungan biaya produksi yang efektif termasuk pemilihan bahan, sehingga biaya tidak melebihi proporsi manfaatnya.

3. Faktor Komunikasi

Sebagai media komunikasi yang mencerminkan produk, citra merek, dan juga sebagai bagian dari promosi.

4. Faktor Estetika Keindahan

Daya tarik visual yang mencakup pertimbangan penggunaan warna, bentuk, merek/logo, ilustrasi, huruf, dan tata letak untuk mencapai mutu daya tarik visual secara optimal.

5. Faktor identitas

Secara keseluruhan kemasan harus berbeda dengan kemasan lain, agar mudah dikenal dan membedakannya dengan produk-produk yang lain.

6. Faktor pendistribusian

Kemasan harus mudah didistribusikan dari pabrik ke distributor atau pengecer sampai ke tangan konsumen. Di tingkat distributor, kemudahan penyimpanan dan

pemajangan perlu dipertimbangkan. Bentuk dan ukuran kemasan harus direncanakan dan dirancang sedemikian rupa sehingga tidak sampai menyulitkan peletakan di rak atau tempat pemajangan.

#### 7. Faktor Ergonomi

Pertimbangan agar kemasan mudah dibawa atau dipegang, dibuka dan mudah diambil sangatlah penting. Pertimbangan ini selain mempengaruhi bentuk dari kemasan itu sendiri juga mempengaruhi kenyamanan pemakai produk atau konsumen. Contohnya, bentuk botol minyak goreng tropical yang pada bagian tengahnya diberi cekungan dan tekstur agar mudah dipegang dan tidak licin bila tangan pemakainya terkena minyak.

#### 8. Faktor promosi

Kemasan mempunyai peranan penting dalam bidang promosi, dalam hal ini kemasan berfungsi sebagai *silent sales person*. Peningkatan kemasan dapat efektif untuk menarik perhatian konsumen-konsumen baru.

#### 9. Faktor lingkungan

Kita hidup di dalam era industri dan masyarakat yang berpikiran kritis. Dalam situasi dan kondisi seperti ini, masalah lingkungan tidak dapat terlepas dari pantauan kita. *Trend* dalam masyarakat kita akhir-akhir ini adalah kekhawatiran mengenai polusi, salah satunya pembuangan sampah. Salah satunya yang pernah menjadi topik hangat adalah *styrofoam*. Pada tahun 1990 organisasi-organisasi lingkungan hidup berhasil menekan perusahaan Mc Donalds untuk mendaur ulang kemasan-kemasan mereka. Sekarang ini banyak perusahaan yang menggunakan kemasan-kemasan yang ramah lingkungan (*environmentally friendly*), dapat didaur ulang (*recyclable*) atau dapat dipakai ulang (*reusable*).

### 2.1.5 Variabel Kemasan

Menurut Permadi,D.T (2017) variabel desain kemasan terdiri dari 3 dimensi, yaitu : desain grafis, struktur desain, dan informasi produk.

#### 1. Desain Grafis

Desain grafis adalah dekorasi visual pada permukaan kemasan dan terdiri dari empat subdimensi, yaitu: nama merek, warna, tipografi, dan gambar.

##### a. Nama Merek

Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinisikan merek (brand) sebagai nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasinya dari barang atau jasa dari satu penjual/kelompok penjual dan mendefinisikannya dari para pesaing (Permadi,D.T, 2017).

##### b. Warna

Literatur pemasaran mengungkapkan bahwa warna kemasan memiliki kemampuan untuk membangkitkan perasaan, perilaku emosi pada konsumen yang berbeda. Warna memiliki potensi untuk menciptakan kesan yang mendalam dan tahan lama serta citra produk atau merek. Dalam kemasan produk, pemasar menggunakan warna untuk menarik perhatian konsumen yang dapat menciptakan perasaan positif atau negatif tentang produk/brand tertentu. Warna kemasan mengkomunikasikan, menggambarkan, dan menampilkan fitur-fitur yang menonjol mata serta atribut intangible dari sebuah merek. Hal ini dengan demikian berarti bahwa warna membawa pesan khusus mengenai merek yang pada akhirnya menciptakan proposisi penjualan yang unik (unique selling proposition).

### c. Tipografi

*Typography* (Tipografi) merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Tipografi dapat juga dikatakan “visual language”.

### d. Gambar

Gambar (*image*) termasuk foto, ilustrasi, simbol/icon, dan karakter. Secara khusus gambar berfungsi pula untuk menarik perhatian, memperjelas sajian ide, mengilustrasikan/menghiasi fakta yang mungkin cepat akan dilupakan atau diabaikan tidak digambarkan (Permadi, D.T, 2017).

## 2. Struktur Desain

Struktur desain berkaitan dengan fitur-fitur fisik kemasan, dan terdiri dari 3 sub-dimensi: bentuk, ukuran, dan material.

### a. Bentuk

Bentuk mempengaruhi proteksi dan fungsi keamanan dalam menyentuh, menuangkan, dan menyimpan. Sedangkan menurut Permadi, D.T (2017) dalam menyatakan bahwa bentuk yang lebih sederhana lebih menarik dari pada yang biasanya, dan persegi panjang lebih banyak disukai dari pada kotak.

### b. Ukuran

Ukuran adalah measurement yaitu cara menilai jumlah objek, waktu, atau situasi sesuai dengan aturan tertentu.



### c. Material

Bahan kemasan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Sedangkan menurut bahan kemasan dapat membangkitkan emosi dan perasaan tertentu, biasanya tanpa orang tersebut menyadarinya.

### 3. Informasi Produk

Salah satu fungsi kemasan adalah untuk mengkomunikasikan produk melalui informasi yang tertera. Informasi produk dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dengan lebih hati-hati (Permadi,D.T, 2017). Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kemasan memiliki peranan cukup penting bagi suatu produk. Selain berfungsi sebagai pelindung produk, kemasan juga secara tidak langsung menggambarkan jati diri produk itu sendiri. Dimensi-dimensi dari kemasan memiliki peran masing-masing untuk menghasilkan kemasan yang baik dan menarik, karena semakin menarik kemasan tersebut semakin menarik perhatian para konsumen.

### 2.2 Perilaku Konsumen

Kemasan diharapkan dapat mempengaruhi konsumen dalam perspektif pelanggan dan keputusan pembelian, sejauh itu dapat dianggap sebagai alat untuk memilih produk makanan. Kesadaran dan pemahaman persepsi konsumen dalam cara mereka berinteraksi dengan produk di pasar merupakan sasaran yang sangat penting. Industri makanan kemasan memiliki peran penting dalam menarik pelanggan dan menciptakan daya tarik psikologis. Perusahaan-perusahaan produksi makanan semakin tertarik untuk mempelajari bagaimana pengemasan

memengaruhi ekspektasi, persepsi, dan kesan pembeli dan konsumen (Maleki, 2019).

Perilaku yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk, jasa, atau ide yang diharapkan dapat memuaskan konsumen untuk kebutuhannya. Kepuasan akan diperoleh dengan mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan merupakan definisi dari perilaku konsumen. Perilaku ini dimiliki oleh semua konsumen dan harus diperhatikan agar produk sesuai dengan keinginan konsumen (Yazid, 2016).

Keputusan pembelian barang atau jasa sering kali melibatkan dua pihak atau lebih dilihat dan proses pengambilan keputusan, proses keputusan pembelian sangat bervariasi. Umumnya ada lima peranan yang terlibat dalam pengambilan keputusan pembelian. Kelima peran tersebut meliputi (Yazid, 2016) :

1. *User* (pengguna)

*User* adalah orang yang akan benar – benar menggunakan produk atau jasa yang dibeli.

2. *Influencers* (mempengaruhi)

*Influencers* adalah orang yang mempengaruhi keputusan pembelian, serta membantu menentukan spesifikasi dan juga menyediakan informasi untuk alternatif.

3. *Buyers* (pembeli)

*Buyers* adalah orang yang melakukan pembelian aktual.

4. *Decider* (penentu/pemilik kekuasaan).

*Decider* adalah orang yang memiliki kekuasaan formal maupun informal untuk memilih kepada orang lain.

## 5. *Gatekeepers* (pengontrol)

*Gatekeepers* adalah orang yang mengontrol arus informasi pengetahuan tentang barang.

## 2.3 Kansei Engineering

### 2.3.1 Pengertian *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.

Awal munculnya *kansei engineering* (KE) pertama kali diperkenalkan oleh Mitsuo Nagamachi sebagai teknologi ergonomis baru dalam desain produk. Implementasi utama KE melibatkan banyak langkah yang memungkinkan pemanfaatan berbagai alat dan metode yang berasal dari berbagai bidang studi, seperti pemasaran, psikologi, dan statistik (Yogasara, 2017). Terdapat tiga titik fokus *Kansei Engineering*, yaitu (Nagamachi, M, 2016):

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*?

Proses merancang produk menggunakan metode *kansei engineering* (KE) meliputi (Yogasara, 2017) :

1. Mengumpulkan data *kansei* dari konsumen dalam domain produk tertentu menggunakan psikologis (misalnya kata-kata, sikap, perilaku) atau psikofisik

- (misalnya pengukuran EEG, EMG, detak jantung, gerakan mata, ekspresi wajah).
2. Menganalisis data kansei menggunakan metode statistik, medis, atau teknik untuk memperjelas struktur kansei.
  3. Menafsirkan data yang dianalisis dan mentransfer data ke domain produk baru
  4. Merancang produk kansei baru untuk mencapai produk Kansei secara inovatif.

Metode untuk mengeksplorasi hubungan antara fitur desain dengan perasaan dan citra konsumen sebagai dasar perancangan sebuah desain produk adalah pengertian dari *Kansei engineering* (KE). Jika perancang produk mampu menangkap peluang ini dan memanjakan mereka maka akan tercipta kepuasan emosional yang mengarah pada loyalitas dan *delight*.

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.

### 2.3.2 Jenis-jenis *Kansei Engineering*

Metode *Kansei Engineering* memiliki beberapa *type* dengan cara penyelesaian masalah yang berbeda dari setiap *typenya*. Terdapat enam *type kansei engineering* yang sering digunakan yaitu sebagai berikut (Nagamachi, M, 2016) :

#### 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, *quesioner*, dsb. Selanjutnya *Kansei words* yang telah terkumpul kemudian dikategorikan dan dikolektifkan berdasarkan sifatnya, dan langkah terakhir mereduksi *kasei 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 data base 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 *type* 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 *Kansei Engineering System* 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 *Kansei Engineering System* agar dapat dinilai oleh grup tertentu yang ditawarkan di internet. Melalui cara ini tahap pengembangan dapat dipersingkat dan sederhanakan.

## 2.4 Pengumpulan Data Melalui Daftar Pertanyaan

Alat lain untuk mengumpulkan data adalah daftar pertanyaan, yang sering disebutkan secara umum dengan nama kuesioner. Kuisisioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, atau daftar pertanyaan tersebut cukup terperinci dan lengkap. Ini membedakan daftar pertanyaan dengan *interview guide*. Keterangan-keterangan yang diperoleh dengan mengisi daftar pertanyaan, dapat dilihat dari segi siapa yang mengisi (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 isiannya adalah pencatat yang membawakan daftar isian dalam suatu tatap muka, maka daftar pertanyaan tersebut dinamakan *schedule*. Pencatat yang mengadakan wawancara sesuai dengan daftar pertanyaan dinamakan enumerator.

Ada empat komponen inti dari sebuah kuisisioner, yaitu :

1. Adanya subjek, yaitu individu atau lembaga yang melaksanakan penelitian.
2. Adanya ajakan, yaitu permohonan dari peneliti untuk turut serta mengisi secara aktif dan objektif pertanyaan maupun pernyataan yang tersedia.
3. Adanya petunjuk pengisian kuisisioner, dimana petunjuk yang tersedia harus mudah dimengerti.

4. Adanya pertanyaan maupun pernyataan beserta tempat mengisi jawaban, baik secara tertutup, semi tertutup ataupun terbuka. Dalam membuat pertanyaan ini juga disertakan dengan isian untuk identitas responden.

## 2.5 Skala Penilaian

Tujuan dari skala penilaian ini adalah untuk mengetahui karakteristik sesuatu hal berdasarkan suatu ukuran tertentu, sehingga dapat membedakan, menggolongkan, bahkan mengurutkan karakteristik tersebut. Skala pengukuran ini diklasifikasikan berdasarkan empat karakteristik sistem bilangan, yaitu:

1. Skala Nominal, skala ini hanya sekedar membedakan suatu kategori dengan kategori lainnya dari suatu variabel. Angka-angka yang diberikan kepada objek merupakan label dan tidak diasumsikan adanya tingkatan antara suatu kategori dengan kategori lainnya dari satu variabel.
2. Skala Ordinal, skala yang bertujuan untuk membedakan antara kategorikategori dalam satu variabel dengan asumsi bahwa ada urutan atau tingkatan skala. Angka-angka ordinal lebih menunjukkan urutan peringkat.
3. Skala Interval adalah skala suatu variabel yang selain dibedakan, dan mempunyai tingkatan, juga diasumsikan mempunyai jarak yang pasti antara satu kategori yang lain dalam satu variabel.
4. Skala Rasio adalah skala suatu variabel yang mempunyai tingkat serta jarak antara satu nilai dengan nilai yang lain, juga diasumsikan bahwa setiap nilai variabel diukur dari suatu keadaan atau titik yang sama. Angka-angka pada skala menunjukkan besaran sesungguhnya dari sifat yang kita ukur.



5. 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 atau pernyataan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain: Sangat Penting, Penting, Ragu-ragu, Tidak Penting, Sangat Tidak Penting.

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

- a. Sangat Penting (SP)
- b. Penting (P)
- c. Ragu-ragu (R)
- d. Tidak Penting (TP)
- e. Sangat Tidak Penting (STP)

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

- a. Sangat Baik (SB)
- b. Baik (B)
- c. Ragu-ragu (R)
- d. Tidak Baik (TB)
- e. Sangat Tidak Baik (STB)

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 Analisa Conjoint

Analisis *conjoint* merupakan teknik statistik yang digunakan di berbagai bidang termasuk pemasaran, manajemen produk, dan riset operasi. Dalam pemasaran, analisis ini digunakan untuk memahami bagaimana konsumen mengembangkan preferensi untuk produk maupun jasa. Analisis *conjoint* adalah teknik multivariat khusus untuk memahami bagaimana responden mengembangkan preferensi untuk setiap jenis objek (produk, jasa, atau ide-ide) (Junaedi, 2018).

Analisa *conjoint* sangat erat hubungannya dengan profil produk. Profil produk ini merujuk pada stimulasi yang merupakan suatu kombinasi taraf – taraf dari suatu atribut. Atribut yang dipilih harus atribut dan taraf memiliki peran dalam mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk yang akan dikonsumsinya. 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 8, maka rata-rata adalah:

$$(1+2+3+4+5+6+7+8)/8 = 4.5$$

### 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 selisih adalah positif, maka responden suka dengan stimuli tersebut (Salomon, L.L, 2015).

## 2.7 Uji Validitas

Uji Validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Teknik untuk mengukur validitas kuesioner adalah dengan menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total, memakai rumus korelasi product moment, sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X - \sum Y}{\sqrt{[\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

$r$  = Koefisien kolerasi

$N$  = Jumlah responden data pengamatan

$X$  = Nilai item product

$Y$  = Jumlah nilai dari suatu responden untuk semua item product

$\sum X$  = Jumlah skor x yang didapat dari rekap data kepentingan konsumen

$\sum Y$  = Jumlah skor faktor y yang didapat dari rekap data dari kerja

$\sum Y^2$  = Jumlah skor y kuadrat

$\sum X^2$  = Jumlah skor x kuadrat

Item instrument dianggap valid jika besar dari 0.3 atau bisa juga dengan membandingkannya dengan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrument dinyatakan valid. (Permadi, D.T, 2017)

## 2.8 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan instrumen dalam hal ini berupa kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Banyak rumus yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas diantaranya adalah koefisien *Alpha Cronbach* yang pertanyaannya menggunakan skor dalam rentangan tertentu (Permadi, D.T, 2017).

Langkah-langkah yang digunakan dalam pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis

Ho : kuesioner reliabel

H1 : kuesioner yang tidak reliabel

2. Menentukan nilai  $r_{tabel}$

Dengan tingkat signifikansi 5%

Derajat kebebasan (df) = n-2

Maka nilai  $r_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel r

3. Menentukan nilai  $r_{hitung}$  dengan menggunakan *software* SPSS dapat dilihat pada cronbch alpha. Sedangkan secara manual reliabilitas dapat diperoleh menggunakan rumus :

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2. b}{\sigma^2. t} \right)$$

Dimana:

k = Jumlah pertanyaan

$\sigma^2. t$  = Variansi total pertanyaan

$\sigma^2. b$  = Variansi pertanyaan

4. Membandingkan besar nilai  $r_{tabel}$  dengan  $r_{hitung}$

Jika  $> r_{tabel}$  maka Ho diterima

Jika  $\leq r_{tabel}$  maka Ho ditolak

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di UMKM Kacang Sihobuk Horas yang bergerak dibidang makanan ringan. Perusahaan ini berlokasi di Tarutung, Tapanuli Utara, Sumatra Utara.

Penelitian ini dilakukan dalam waktu satu bulan.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini termasuk penelitian metode survei. Menurut Sugiyono (2018) metode survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, sehingga kesimpulan yang akan ditarik terbatas pada objek yang diteliti saja, jadi tidak berlaku secara umum.

#### **3.3 Variabel Peneliiian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulanya (Sugiyono, 2013). 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 : Desain kemasan Kacang Sihobuk.

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, 2013).

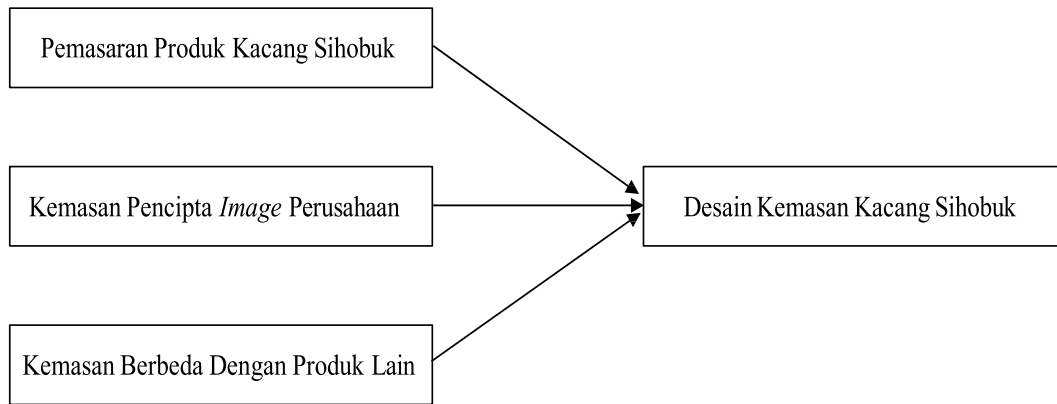
Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

- a. Pemasaran produk kacang Sihobuk
- b. Kemasan pencipta *image* perusahaan
- c. Kemasan berbeda dengan produk lain

### 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

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi desain kemasan Kacang Sihobuk antara lain, faktor pertama yaitu pemasaran produk Kacang Sihobuk, tentunya pemasaran berpengaruh karena kita perlu mengetahui bagaimana produk kacang goreng yang diinginkan pasar atau konsumen itu sendiri serta pemasaran yang tepat untuk menarik minat pasar. Faktor yang kedua yaitu kemasan pencipta *image* perusahaan, tentunya pembeli akan menilai suatu perusahaan itu bagus jika desain dari produk yang di pasaran juga bagus dan memiliki kualitas yang baik, semakin baik kemasan produk maka semakin baik pula *image* dari perusahaan itu. Kemudian faktor yang ketiga yaitu kemasan berbeda dengan produk lain, tentunya kita harus dapat melakukan inovasi dalam membuat atau melakukan sesuatu, kita harus menciptakan desain kemasan yang berbeda dengan produk lain yang sudah ada, agar pembeli semakin penasaran terhadap produk yang ditawarkan.



### 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 permasalahan dilakukan analisa dengan cara stratifikasi data yang ada dari beberapa segi.

#### 2. Peninjauan lapangan

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

#### 3. Studi literature

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

#### 4. Pengumpulan data

Kegiatan yang dilakukan dalam pengumpulan data, antara lain:

- a. Pengamatan langsung, melakukan pengamatan langsung ke UMKM.
- b. Wawancara, mewawancarai berbagai pihak yang berhubungan
- c. Merangkum data tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

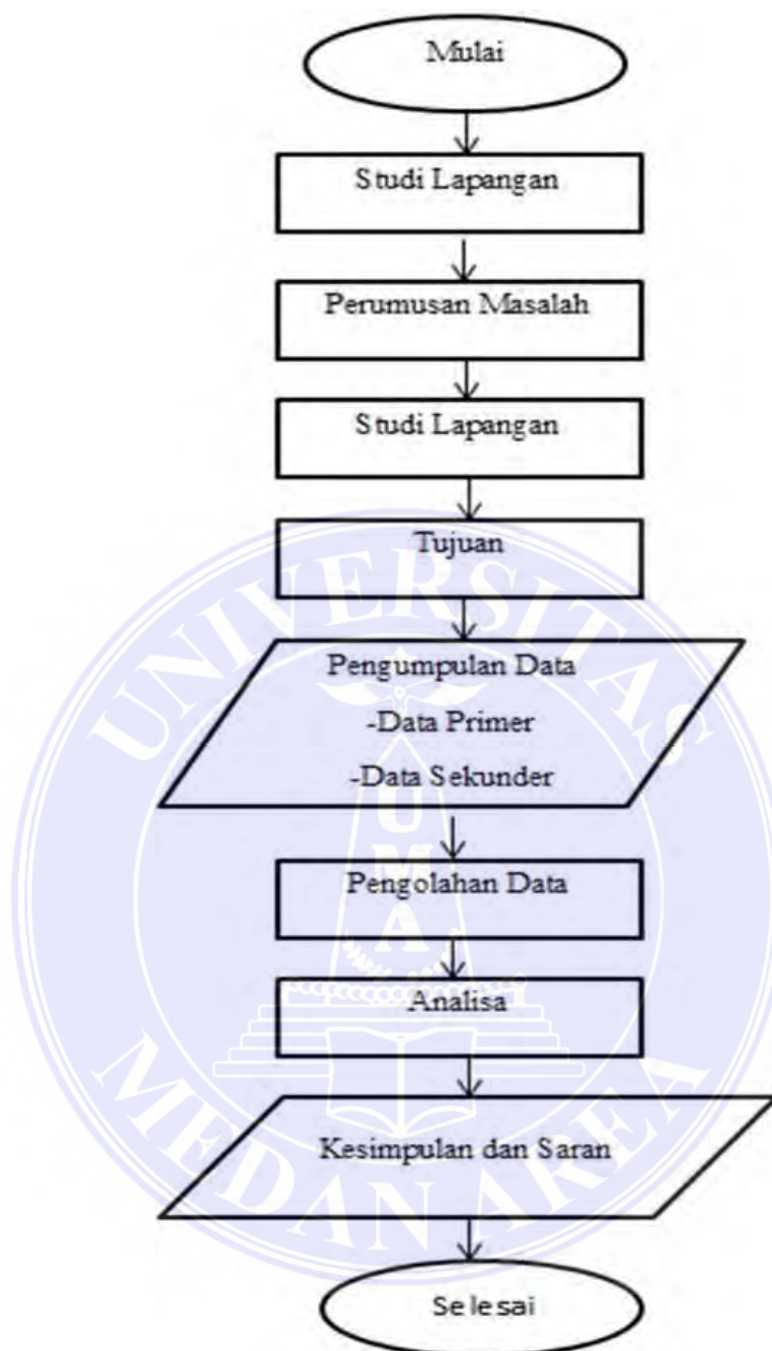
#### 5. Pengolahan data

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 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 Kacang Sihobuk. Kemudian melakukan pengamatan langsung terhadap proses produksi Kacang Sihobuk. Observasi juga dilakukan untuk mencatat gambaran umum perusahaan yang berupa data umum perusahaan seperti data jumlah produksi/penjualan.

## 2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara diskusi dan tanya jawab langsung pada pekerja maupun pemilik usaha. Sedangkan pengambilan data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua), yaitu sebagai berikut:

### a. Data primer

Data primer adalah informasi atau data orisinal yang dikumpulkan dan berhubungan dengan objek yang akan diteliti. Mengumpulkan data primer dengan pengamatan langsung dan melakukan wawancara dengan pihak perusahaan untuk mendapat 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.

### b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang 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 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan langkah-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.

### 3.8 Kesimpulan dan Saran

Dari hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini dan juga memberikan saran pengembangan produk kacang Sihobuk hasil *redesign* kemasan kacang Sihobuk yang mempunyai nilai jual tinggi menaikkan omset 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* yang menjadi prioritas untuk perbaikan kemasan kacang sihobuk dari hasil penelitian adalah elegan, unik, simple, aman, tradisional, tampilan estetika, tidak mudah rusak dan informatif.
2. Tingkat kepentingan masing-masing item yang mempengaruhi selera konsumen antara lain sebagai berikut :
  - a. Bahan kemasan kacang sihobuk adalah berbahan paper food dengan 7 kata *kansei* yaitu elegan, unik, simple, aman, tampilan estetika, tidak mudah rusak dan informatif yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2,32; 2,48; 2,26; 2,40; 2,44; 2,40 dan 2,46.
  - b. Bentuk kemasan kacang sihobuk adalah standing pouch dengan 6 kata *kansei* yaitu elegan, unik, simple, tradisional, tampilan estetika, dan informatif yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2,40; 2,34; 2,38; 2,18; 2,38 dan 2,26.
  - c. Warna kemasan kacang sihobuk adalah warna kombinasi dengan 6 kata *kansei* yaitu elegan, unik, simple, aman, tidak mudah rusak, dan informatif yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2,48; 2,38; 2,12; 2,12; 2,30 dan 2,20.

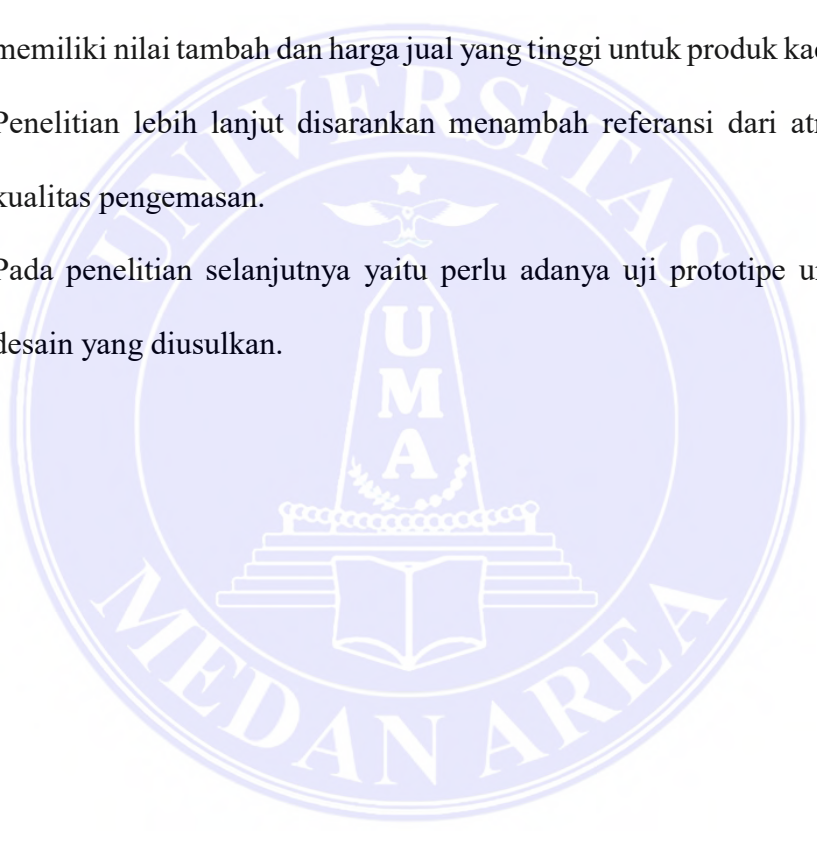
- d. Ukuran kemasan kacang sihobuk adalah varian ukuran dengan 8 kata *kansei* yaitu elegan, unik, simple, aman, tradisional, tampilan estetika, tidak mudah rusak, dan informatif yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2,44; 2,40; 2,50; 2,32; 2,28; 2,52; 2,24 dan 2,22.
  - e. Bentuk merek kemasan kacang sihobuk adalah bulat dengan 3 kata *kansei* yaitu elegan, unik, dan informatif yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2,36; 2,04; dan 2,00.
  - f. Warna tulisan merek kemasan kacang sihobuk adalah warna terang dengan 3 kata *kansei* yaitu elegan, tradisional, dan tampilan estetika yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2,28; 2,14; dan 2,24.
  - g. Petunjuk pada kemasan kacang sihobuk adalah informasi produk dengan 3 kata *kansei* yaitu elegan, unik dan tradisional yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2,18; 2,54 dan 2,20.
  - h. Gambar pada kemasan kacang sihobuk adalah gambar kacang sihobuk dengan 6 kata *kansei* yaitu elegan, unik, tradisional, tampilan estetika, tidak mudah rusak dan informatif yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2,38; 2,26; 2,32; 2,34; 2,32 dan 2,24.
3. Adapun spesifikasi kategori kemasan kacang sihobuk yang terpilih adalah bentuk kemasan standing pouch dengan bahan kemasan paper food, warna kemasan terpilih adalah warna kombinasi yaitu coklat tua-coklat muda, ukuran yang terpilih adalah varian yaitu 200 gram dan 500 gram, bentuk merek yang terpilih adalah bulat dengan warna tulisan merek kuning, pada kemasan

terdapat petunjuk tentang informasi produk dan juga gambar kacang sihobuk.

## 5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diajukan setelah penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat diterapkan di UMKM Horas sehingga memiliki nilai tambah dan harga jual yang tinggi untuk produk kacang sihobuk.
2. Penelitian lebih lanjut disarankan menambah referensi dari atribut tentang kualitas pengemasan.
3. Pada penelitian selanjutnya yaitu perlu adanya uji prototipe untuk menguji desain yang diusulkan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, Nana, Marlina, Edo Indriyanto, Siti Masripah. 2016. *Uji Validitas dan Reliabilitan Terhadap Implementasi Aplikasi Penjualan dan Pembelian*. Vol.1, No. 1.
- Christy, Priscilla dan J. Ellyawati. 2014. *Pengaruh Desain Kemasan (Packaging) Pada Impulsive Buying*.
- Dharma, Ghenta Oryza, Dyah Rachmawati Lucitasari, Muhammad Shodiq Abdul Khannan. 2018. *Perancangan Ulang Headset dan Penutup Mata Untuk Tidur Menggunakan Metode Nigel Cross*. 11 (1).
- Ginting, Rosnaini. 2010. *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Hartono, Markus. 2018. *Kansei Engineering di Industri Jasa*. Malang: Media Nusa Creative.
- Mu'alim dan Rachmad Hidayat. 2014. *Redesain Kemasan Dengan Metode Kansei Engineering*. Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Saints dan Teknologi, 2(4):215-2 Retrieved From : <http://jurnal.uai.ac.id/index.php/SST/article/download/156/146>
- Nagamachi, Mitsuo. 2016. *Kansei/ Affective Engineering*. Boca Raton : CRC Press <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9780429104626>
- Nagamachi, Mitsuo dan Anitawati Mohd Lokman. 2016. *Innovations of Kansei Engineering*. Boca Raton : CRC Press <https://www.taylorfrancis.com/books/9780429104213>



Permadi, Dedy Teguh, Susatyo N.W.P, Darminto Pujotomo. 2017. *Perancangan Desain Kemasan Makanan Ringan Olahan Pada UMKM Center Jawa Tengah dengan Metode Kansei Engineering.*

Rahmayanti, Dina, Difana Meilani, Hilma Raimona Zadry, Dendi Ady Saputra. 2018. *Perancangan Produk dan Aplikasinya.* Padang : LPTIK Universitas Andalas <http://repo.unand.ac.id/21818/>

Rosanna, Yonas Octara, Adil Basuki Ahza, Dahrul Syah. 2015. *Prapemanasan Meningkatkan Kerenyahan Keripik Singkong dan Ubi Jalar Ungu.* Vol. 26 (1): 72-79

Said, Abdul Azis. 2016. *Desain Kemasan.* Makassar : Badan Penerbit UNM <http://eprints.unm.ac.id/4214/>

Salomon, Lithrone Laricha, Wilson Kosasih, Natalia Lydia Saputra. 2015. *Strategi Pengembangan Plastic Shopping Bag Berdasarkan Preferensi Konsumen dengan Pendekatan Metode Kansei Engineering.* Vol. 04 No. 14

Theopilus, Yansen, Kristiana Asih Damayanti, Thedy Yogasara, Paulina Kus Ariningsih. 2018. *Pengembangan Kemasan Makanan untuk Menghasilkan User Experrience yang Positif: Studi Kasus pada Salah Satu UMKM Makanan di Kota Bandung.* Vol 3. No.2

## Lampiran 1

### KUESIONER PENELITIAN

Nama :  
Umur :  
Jenis kelamin :

1. Label pada kemasan Kacang Sihobuk UMKM Horas mudah dibaca.  
1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
2. Bahan kemasan Kacang Sihobuk UMKM Horas awet dan tahan terhadap cuaca.  
1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
3. Kacang Sihobuk dalam kemasan tidak terkontaminasi bahan kimia membahayakan yang terdapat pada kemasan.  
1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
4. Apakah anda setuju bahwa kemasan Kacang Sihobuk UMKM Horas memiliki desain warna yang menarik ?  
1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
5. Apakah anda setuju bahwa kemasan Kacang Sihobuk UMKM Horas sesuai perkembangan desain saat ini ?  
1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
6. Kemasan Kacang Sihobuk UMKM Horas sesuai dengan keinginan anda.  
1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju
7. Informasi/ keterangan yang tertera pada kemasan Kacang Sihobuk UMKM Horas dapat menambah keinginan anda untuk membeli.  
1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Tidak Setuju

## Lampiran 2

### KUESIONER KATA-KATA KANSEI

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Alamat :

Petunjuk Pengisian **“isilah pertanyaan dibawah ini pada baris jawaban yang tersedia”**

1. Bagaimana desain kemasan kacang sihobuk yang anda inginkan?

Jawab :

2. Apa bahan kemasan kacang sihobuk yang anda inginkan?

Jawab :

3. Bagaimana bentuk kemasan kacang sihobuk yang anda inginkan?

Jawab :

4. Apa warna kemasan kacang sihobuk yang anda inginkan?

Jawab :

5. Berapa ukuran kemasan kacang sihobuk yang anda inginkan?

Jawab :

6. Bagaimana bentuk merek kemasan kacang sihobuk yang anda inginkan?

Jawab :

7. Dimana letak / posisi merek kemasan kacang sihobuk yang anda inginkan?

Jawab :

8. Berapa ukuran tulisan merek kemasan kacang sihobuk yang anda inginkan?

Jawab :

9. Apa warna tulisan merek kemasan kacang sihobuk yang anda inginkan?

Jawab :

10. Bagaimana jenis tulisan bahan (ingredients) pada kemasan kacang sihobuk yang anda inginkan?

Jawab :

11. Apa warna tulisan bahan (ingredients) pada kemasan kacang sihobuk yang anda inginkan?

Jawab :

12. Dimana letak / posisi tulisan bahan (ingredians) pada kemasan kacang sihobuk yang anda inginkan?

Jawab :

13. Petunjuk / keterangan seperti apa yang anda inginkan pada kemasan kacang sihobuk?

Jawab :

14. Seperti apa gambar atau ilustrasi yang anda inginkan ada pada kemasan kacang sihobuk?

Jawab :



**Lampiran 3****MAKNA KATA KANSEI**

| No | Kata Kansei                                     | Makna Kata Kansei                           | Kata Kansei Terpilih |
|----|---|---|----------------------|
| 1  | Elegan  | Elok;anggun;Luwes                           | Elegan               |
| 2  | Mewah   | Serba indah, serba banyak, serba berlebih   |                      |
| 3  | Menarik   | Mempengaruhi atau membangkitkan hasrat      |                      |
| 4  | Unik  | Lain daripada yang lain                     | Unik                 |
| 5  | Eyecatching                                     | Enak dipandang                              |                      |
| 6  | Kreatif   | Memiliki daya cipta                         |                      |
| 7  | Cantik  | Elok;molek;Indah dalam bentuk dan buatanny  |                      |
| 8  | Keren   | Tampak gagah dan tangkas                    |                      |
| 9  | Bergambar                                       | Dihiasi dengan gambar                       |                      |
| 10 | Lucu  | Mengelikkan hati                            |                      |
| 11 | Memiliki Klip                                   | Mempunya alat untuk menjepit lembaran kerta | Simpel               |
| 12 | Simpel  | Mudah dikerjakan atau dimengerti            |                      |
| 13 | Praktis   | Mudah digunakan,dibawa                      |                      |
| 14 | Mudah dibawa                                    | Tidak memerlukan usaha dalam membawa        |                      |
| 15 | Mudah dibuka                                    | Tidak memerlukan banyak tenaga              | Aman                 |
| 16 | Ekonomis  | Tidak boros;hemat                           |                      |
| 17 | Memiliki pegangan                               | Mempunyai bahan yang dapat dipakai          |                      |
| 18 | Bersih  | Bebas dari kotoran                          |                      |
| 19 | Higienis  | Bersih;bebas penyakit                       |                      |
| 20 | Terlindungi                                     | Tertutup oleh sesuatu                       |                      |
| 21 | Rapi  | Baik, teratur, dan bersih;apik              |                      |
| 22 | Baik  | Elok;patut;teratur                          |                      |
| 23 | Bagus   | Baik sekali;elok                            |                      |
| 24 | Aman  | Bebas dari bahaya; bebas dari gangguan      |                      |
| 25 | Kedaerahan                                      | Sifat atau segala sesuatu mengenai daerah   | Tradisional          |
| 26 | Bercorak lokal                                  | Mempunyai corak atau gambar                 |                      |
| 27 | Tradisional                                     | Sikap dan cara pikir sesuai norma dan adat  |                      |
| 28 | Tampilan Estetika                               | Menampilkan seni dan keindahan              | Tampilan Estetika    |
| 29 | Berwarna warni                                  | Mempunyai banyak warna                      |                      |
| 30 | Memiliki ciri khas mempunyai hal (sifat) khusus |   |                      |
| 31 | Awet  | Lama berubah;Lama bertahan                  | Tidak Mudah Rusak    |
| 32 | Tahan air                                       | Tidak dapat rusak oleh air                  |                      |
| 33 | Tidak mudah sobek                               | Tidak mudah cabik;robek;koyak               |                      |
| 34 | Tidak mudah rusak                               | Tidak mudah hancur                          |                      |
| 35 | Jelas   | Terang;nyata                                | Informatif           |
| 36 | Informatif                                      | Bersifat memberi informasi                  |                      |

**Lampiran 4****KUESIONER KANSEI**

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

**Contoh Pengisian Kuesioner**

| Kansei       | 1                         | 2                  | 3                          | 4      | 5                    | 6            | 7                   | Kansei |
|--------------|---------------------------|--------------------|----------------------------|--------|----------------------|--------------|---------------------|--------|
| Tidak Elegan | Sangat cocok tidak elegan | Cocok tidak elegan | Sedikit cocok tidak elegan | Netral | Sedikit cocok elegan | Cocok elegan | Sangat cocok elegan | Elegan |

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

**1. Kategori 1 (Bahan Aluminium Foil)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**2. Kategori 2 (Bahan Paper Food)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**3. Kategori 3 (Bentuk Kotak Persegi)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**4. Kategori 4 (Bentuk Standing Pouch)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**5. Kategori 5 (Warna Terang)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**6. Kategori 6 (Warna Kombinasi)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**7. Kategori 7 (Ukuran Sedang)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**8. Kategori 8 (Varian Ukuran)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**9. Kategori 9 (Bulat dan Nama Mendeskripsikan Produk)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**10. Kategori 10 (Kotak Persegi dan Nama Mendeskripsikan Produk)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**11. Kategori 11 (Tulisan Merek Warna Terang)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |



**12. Kategori 12 (Tulisan Merek Warna Hitam)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**13. Kategori 13 (Informasi Produk)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**14. Kategori 14 (Informasi Perusahaan)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

**15. Kategori 15 (Gambar Kacang Sihobuk)**

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

### 16. Kategori 16 (Gambar Kacang)

| No | Kansei                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei            |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------------|
| 1  | Tidak Elegan            |   |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| 2  | Tidak Unik              |   |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| 3  | Tidak Simple            |   |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| 4  | Tidak Aman              |   |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| 5  | Tidak Tradisional       |   |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika |   |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| 7  | Mudah Rusak             |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| 8  | Tidak Informatif        |   |   |   |   |   |   |   | Informatif        |



## Lampiran 5

### KUESIONER TERTUTUP

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

#### Contoh Pengisian Kuesioner

| Kansei       | 1                         | 2                  | 3                          | 4      | 5                    | 6            | 7                   | Kansei |
|--------------|---------------------------|--------------------|----------------------------|--------|----------------------|--------------|---------------------|--------|
| Tidak Elegan | Sangat cocok tidak elegan | Cocok tidak elegan | Sedikit cocok tidak elegan | Netral | Sedikit cocok elegan | Cocok elegan | Sangat cocok elegan | Elegan |

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

| No | Kansei   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Kansei   |
|----|--|---|---|---|---|---|---|---|--|
| 1  | Tidak Paper Food                                     |   |   |   |   |   |   |   | Paper Food   |
| 2  | Tidak Standing Pouch                                 |   |   |   |   |   |   |   | Standing Pouch                                       |
| 3  | Tidak Warna  |   |   |   |   |   |   |   | Warna  |
| 4  | Tidak Ukuran:<br>a. Netto: 200gr<br>b. Netto: 500 gr |   |   |   |   |   |   |   | Tidak Ukuran:<br>a. Netto: 200gr<br>b. Netto: 500 gr |
| 5  | Tidak Bulat dan Nama Mendeskripsikan Produk          |   |   |   |   |   |   |   | Bulat dan Nama Mendeskripsikan Produk                |
| 6  | Tidak Warna (Tulisan Merek)                          |   |   |   |   |   |   |   | Warna (Tulisan Merek)                                |
| 7  | Tidak Informasi produk                               |   |   |   |   |   |   |   | Informasi Produk                                     |
| 8  | Tidak Gambar Kacang Sihobuk                          |   |   |   |   |   |   |   | Gambar Kacang Sihobuk                                |

**Tabel r**

| N  | TarafSignifikan |       | N  | TarafSignifikan |       |
|----|-----------------|-------|----|-----------------|-------|
|    | 0,05            | 0,01  |    | 0,05            | 0,01  |
| 35 | 0.334           | 0.430 | 67 | 0.240           | 0.313 |
| 36 | 0.329           | 0.424 | 68 | 0.239           | 0.310 |
| 37 | 0.325           | 0.418 | 69 | 0.237           | 0.308 |
| 38 | 0.320           | 0.413 | 70 | 0.235           | 0.306 |
| 39 | 0.316           | 0.408 | 71 | 0.234           | 0.304 |
| 40 | 0.312           | 0.403 | 72 | 0.232           | 0.302 |
| 41 | 0.308           | 0.398 | 73 | 0.230           | 0.300 |
| 42 | 0.304           | 0.393 | 74 | 0.229           | 0.298 |
| 43 | 0.301           | 0.389 | 75 | 0.227           | 0.296 |
| 44 | 0.297           | 0.384 | 76 | 0.226           | 0.294 |
| 45 | 0.294           | 0.380 | 77 | 0.224           | 0.292 |
| 46 | 0.291           | 0.376 | 78 | 0.223           | 0.290 |
| 47 | 0.288           | 0.372 | 79 | 0.221           | 0.288 |
| 48 | 0.285           | 0.368 | 80 | 0.220           | 0.286 |
| 49 | 0.282           | 0.365 | 81 | 0.219           | 0.285 |
| 50 | 0.279           | 0.361 | 82 | 0.217           | 0.283 |
| 51 | 0.276           | 0.358 | 83 | 0.216           | 0.281 |
| 52 | 0.273           | 0.354 | 84 | 0.215           | 0.280 |

## Uji Validitas dan Reliabilitas

### Item-Total Statistics

|                      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| Paper_food           | 48.94                      | 17.690                         | .918                             |                              | .800                             |
| Standing_pouch       | 49.54                      | 23.315                         | .159                             |                              | .871                             |
| CoklatTua_CoklatMuda | 48.94                      | 17.690                         | .918                             |                              | .800                             |
| Ukuran_200gr         | 48.94                      | 17.690                         | .918                             |                              | .800                             |
| Ukuran_500gr         | 49.18                      | 21.947                         | .268                             |                              | .868                             |
| Bulat                | 48.98                      | 23.163                         | .116                             |                              | .882                             |
| Kuning               | 48.94                      | 17.690                         | .918                             |                              | .800                             |
| Informasi_produk     | 49.36                      | 22.929                         | .172                             |                              | .874                             |
| Kacang_sihobuk       | 48.94                      | 17.690                         | .918                             |                              | .800                             |

### Reliability Statistics

|                  | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| Cronbach's Alpha | .847   | 9          |

.853

ACC  
2023/11/23

## PERANCANGAN KEMASAN KACANG SIHOBUK DI UMKM HORAS MENGGUNAKAN METODE KANSEI ENGINEERING

### PACKAGING DESIGN OF SIHOBUK BEANS IN HORAS SMEs USING THE KANSEI ENGINEERING METHOD

Milpan Lubis<sup>1)</sup>, Marali Banjarnahor<sup>2)</sup>, Yudi Daeng Polewangi<sup>3)</sup>\*  
Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik  
Universitas Medan Area, Indonesia

#### Abstrak

Menghasilkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan manusia adalah hal yang ingin dicapai dari proses perancangan. Kemasan dapat di artikan sebagai suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk tertentu yang berada didalamnya serta dapat memberi citra untuk membujuk penggunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan desain kemasan kacang sihobuk pada UMKM Horas berdasarkan kansei (keinginan) konsumen dengan pendekatan metode kansei engineering. Kansei engineering merupakan sebuah metode sebagai jembatan atas keinginan konsumen terhadap desain produk yang diinginkan, dengan cara mendefinisikan keinginan konsumen (citra image) yang teridentifikasi melalui kata-kata kansei ke dalam desain produk. Penarikan sampel menggunakan metode survei yaitu suatu cara pengambilan sampel dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi dan hanya 100 responden yang diambil dan diteliti. 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. Hasil penelitian menunjukkan spesifikasi kategori kemasan kacang sihobuk yang terpilih adalah bentuk kemasan standing pouch dengan bahan kemasan paper food, warna kemasan coklat tua-coklat muda, ukuran kemasan varian ukuran, bentuk merek bulat, warna tulisan merek kuning, petunjuk tentang informasi produk dan terdapat gambar kacang sihobuk.

**Kata kunci:** Kemasan, Spesifikasi, Kansei Engineering, Citra Image

#### Abstract

Producing a product that suits human needs is what the design process wants to achieve. Packaging can be interpreted as an object that functions to protect, secure certain products inside and can provide an image to persuade its users. This study aims to produce sihobuk bean packaging designs for MSME Horas based on consumer kansei (desires) with the kansei engineering method approach. Kansei engineering is a method as a bridge for consumer desires for the desired product design, by defining consumer desires (images) which are identified through Kansei words into product designs. Sampling used the survey method, which is a way of taking samples using a questionnaire as a research tool carried out in the population and only 100 respondents were taken and examined. Data processing techniques are carried out using the Kansei Engineering method, the results of data processing in the form of calculations will be analyzed, troubleshooting will be carried out, then recommendations for improvement will be given. The results showed that the specifications for the selected sihobuk bean packaging category were standing pouch packaging with paper food packaging materials, dark brown-light brown packaging color, size variant size packaging, round brand shape, yellow brand writing color, product information instructions and pictures. sihobuk beans.

**Keywords:** Packaging, Specifications, Kansei Engineering, Citra Image

**\*How to Cite:** Lubis, Milpan., Banjarnahor, Marali., dan Yudi. (2023). Perancangan Kemasan Kacang Sihobuk Di UMKM Horas Menggunakan Metode Kansei Engineering.

\*E-mail: milpanlubis.com@icloud.com

Lubis, Milpan., Banjarnahor, Marali., dan Yudi. (2023). Perancangan Kemasan Kacang Sihobuk Di UMKM Horas Menggunakan Metode *Kansei Engineering*.

## 1. Pendahuluan

UMKM Kacang Sihobuk Horas merupakan usaha pembuatan Kacang Sihobuk. Kacang Sihobuk adalah makanan ringan/ jajanan khas Batak yang berasal dari Desa Sihobuk, Tarutung, Tapanuli Utara. Nama Sihobuk adalah nama merk dagang yang diambil dari nama desa Sihobuk menjadi merk. Tidak terlalu berbeda dengan kacang lain, tetapi kacang tersebut telah dipilih dan dipilah untuk dijual.

Kemasan yang digunakan oleh UMKM Kacang Sihobuk Horas adalah plastik dan kertas yang ditempel di kemasan sebagai merk dagang perusahaan. Kemasan yang seperti ini sudah sangat umum digunakan untuk membungkus makanan ringan sehingga makanan ringan seperti Kacang Sihobuk di UMKM Horas terlihat biasa dan tidak memiliki perbedaan dengan kacang Sihobuk lainnya dalam segi kemasan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kemasan Kacang Sihobuk di UMKM Horas yang dilakukan dengan pengembangan secara kontinu dari berbagai aspek. Salah satu yang harus menjadi fokus pengembangan yaitu dari aspek kemasan dimana selain fungsi utamanya sebagai pelindung, kemasan juga merupakan aspek yang dapat memberikan kesan pertama kali pada konsumen sehingga memberikan stimulan kepada konsumen untuk membeli produk tersebut.

Desain kemasan yang menarik membuat para konsumen memiliki daya tarik tersendiri ketika melihatnya, sehingga hal tersebut dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian impulsif (Christy P, 2014). Maka penulis mencoba merekomendasikan desain kemasan dengan memperhatikan suara konsumen (voice of customer) melalui perancangan produk dengan menggunakan metode kansei engineering. Metode Kansei Engineering adalah metode yang dipakai untuk mengidentifikasi aspek psikologis konsumen saat berinteraksi dengan produk dan menemukan hubungan antara perasaan tersebut dengan karakteristik produk berdasarkan citra image.

## 2. Metode Penelitian

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.

Proses merancang produk menggunakan metode kansei engineering (KE) meliputi (Yogasara, 2017):

- 1) Mengumpulkan data kansei dari konsumen dalam domain produk tertentu menggunakan psikologis (misalnya kata-kata, sikap, perilaku) atau psikofisik (misalnya pengukuran EEG, EMG, detak jantung, gerakan mata, ekspresi wajah).
- 2) Menganalisis data kansei menggunakan metode statistik, medis, atau teknik untuk memperjelas struktur kansei.
- 3) Menafsirkan data yang dianalisis dan mentransfer data ke domain produk baru
- 4) Merancang produk kansei baru untuk mencapai produk Kansei secara inovatif.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Berikut disajikan data untuk pengolahan data dan pembahasannya.

#### 1) Penetapan Skala Kansei dari Kata Kansei

Skala bipolar merupakan skala berlawanan yang terdiri dari kata kansei positif dan kata kansei negatif dari kata kansei terpilih. Skala kansei pada penelitian ini diuraikan pada tabel 4.3 sebagai berikut :

**Tabel 4.3 Skala Kansei Kemasan Kacang Sihobuk**

| Kansei Negatif          | Skala Penilaian |   |   |   |   |   |   | Kansei Positif    |
|-------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|-------------------|
|                         | 1               | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |                   |
| Tidak Elegan            |                 |   |   |   |   |   |   | Elegan            |
| Tidak Unik              |                 |   |   |   |   |   |   | Unik              |
| Tidak Simple            |                 |   |   |   |   |   |   | Simple            |
| Tidak Aman              |                 |   |   |   |   |   |   | Aman              |
| Tidak Tradisional       |                 |   |   |   |   |   |   | Tradisional       |
| Tidak Tampilan Estetika |                 |   |   |   |   |   |   | Tampilan Estetika |
| Mudah Rusak             |                 |   |   |   |   |   |   | Tidak Mudah Rusak |
| Tidak Informatif        |                 |   |   |   |   |   |   | Informatif        |

Sumber: Hasil Kuesioner Pendahuluan

#### 2) Pengurutan Spesifikasi Kategori

Spesifikasi kategori kemasan kacang sihobuk diperoleh berdasarkan hasil jawaban kuesioner pendahuluan yang telah dikumpulkan. Pengurutan spesifikasi kategori diuraikan seperti tabel 4.4 berikut ini :

**Tabel 4.4 Spesifikasi Kategori Kemasan Kacang Sihobuk**

| No | Atribut             | Kategori   |
|----|---------------------|--|
| 1  | Bahan Kemasan       | a. Aluminium Foil<br>b. Paper Food   |
| 2  | Bentuk Kemasan      | a. Kotak Persegi<br>b. Standing Pouch  |
| 3  | Warna Kemasan       | a. Warna Terang<br>b. Warna Kombinasi  |
| 4  | Ukuran Kemasan      | a. Ukuran Sedang<br>b. Varian Ukuran   |
| 5  | Bentuk Merek        | a. Bulat dan Nama Mendeskripsikan Produk<br>b. Kotak Persegi dan Nama Mendeskripsikan Produk |
| 6  | Warna Tulisan Merek | a. Warna Terang<br>b. Warna Hitam  |
| 7  | Petunjuk            | a. Informasi Produk<br>b. Informasi Perusahaan   |
| 8  | Gambar              | a. Kacang Sihobuk<br>b. Kacang   |

#### 3) Kuisisioner Kansei

Rekapitulasi kuisisioner kansei kemasan Kacang Sihobuk contoh untuk kategori 1 (bahan aluminium foil) dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut :



**Tabel 4.5 Rekapitulasi Kuesioner Kansei  
Kemasan Kacang Sihobuk Kategori 1**

| Responden | Elegan | Unik | Simple | Aman | Tradisional | Tampilan | Estetika | Tidak Mudah Rusak | Informatif |
|-----------|--------|------|--------|------|-------------|----------|----------|-------------------|------------|
| R1        | 6      | 5    | 5      | 6    | 5           | 7        | 7        | 5                 |            |
| R2        | 7      | 6    | 5      | 5    | 6           | 7        | 7        | 6                 |            |
| R3        | 7      | 6    | 5      | 5    | 7           | 5        | 7        | 6                 |            |
| R4        | 7      | 7    | 6      | 6    | 6           | 6        | 6        | 6                 |            |
| R5        | 6      | 7    | 6      | 7    | 6           | 7        | 5        | 5                 |            |
| R6        | 5      | 5    | 7      | 7    | 7           | 6        | 6        | 7                 |            |
| R7        | 5      | 5    | 6      | 6    | 6           | 6        | 6        | 7                 |            |
| R8        | 5      | 6    | 7      | 6    | 6           | 7        | 5        | 6                 |            |
| R9        | 6      | 6    | 7      | 6    | 7           | 6        | 6        | 6                 |            |
| R10       | 6      | 6    | 6      | 7    | 6           | 5        | 7        | 5                 |            |
| R11       | 6      | 5    | 6      | 7    | 5           | 7        | 6        | 7                 |            |
| R12       | 7      | 6    | 6      | 6    | 5           | 6        | 5        | 6                 |            |
| R13       | 7      | 5    | 5      | 6    | 5           | 6        | 6        | 7                 |            |
| R14       | 6      | 7    | 6      | 5    | 6           | 7        | 7        | 7                 |            |
| R15       | 7      | 7    | 5      | 5    | 5           | 6        | 6        | 5                 |            |
| R16       | 6      | 5    | 5      | 5    | 5           | 5        | 7        | 6                 |            |
| R17       | 6      | 5    | 6      | 6    | 6           | 6        | 7        | 7                 |            |
| R18       | 7      | 5    | 6      | 6    | 6           | 7        | 5        | 5                 |            |
| R19       | 7      | 6    | 7      | 6    | 5           | 6        | 5        | 6                 |            |
| R20       | 7      | 6    | 6      | 7    | 5           | 6        | 6        | 7                 |            |
| R21       | 7      | 6    | 7      | 7    | 5           | 7        | 7        | 5                 |            |
| R22       | 6      | 6    | 7      | 6    | 5           | 5        | 7        | 6                 |            |
| R23       | 6      | 7    | 5      | 6    | 7           | 5        | 6        | 7                 |            |
| R24       | 5      | 7    | 5      | 5    | 5           | 6        | 6        | 5                 |            |
| R25       | 6      | 7    | 5      | 5    | 7           | 7        | 5        | 6                 |            |
| R26       | 6      | 5    | 6      | 5    | 7           | 5        | 5        | 7                 |            |
| R27       | 5      | 5    | 6      | 7    | 6           | 6        | 7        | 5                 |            |
| R28       | 5      | 6    | 7      | 6    | 5           | 7        | 7        | 6                 |            |
| R29       | 7      | 7    | 6      | 6    | 7           | 6        | 7        | 6                 |            |
| R30       | 7      | 7    | 7      | 7    | 6           | 6        | 5        | 6                 |            |
| R31       | 6      | 5    | 5      | 6    | 5           | 7        | 7        | 5                 |            |
| R32       | 7      | 6    | 5      | 5    | 6           | 7        | 7        | 6                 |            |
| R33       | 7      | 6    | 5      | 5    | 7           | 5        | 7        | 6                 |            |
| R34       | 7      | 7    | 6      | 6    | 6           | 6        | 6        | 6                 |            |
| R35       | 6      | 7    | 6      | 7    | 6           | 7        | 5        | 5                 |            |
| R36       | 5      | 5    | 7      | 7    | 7           | 6        | 6        | 7                 |            |
| R37       | 5      | 5    | 6      | 6    | 6           | 6        | 6        | 7                 |            |
| R38       | 5      | 6    | 7      | 6    | 6           | 7        | 5        | 6                 |            |
| R39       | 6      | 6    | 7      | 6    | 7           | 6        | 6        | 6                 |            |
| R40       | 6      | 6    | 6      | 7    | 6           | 5        | 7        | 5                 |            |
| R41       | 7      | 6    | 6      | 7    | 5           | 6        | 6        | 7                 |            |
| R42       | 7      | 6    | 7      | 7    | 5           | 7        | 7        | 5                 |            |
| R43       | 6      | 6    | 7      | 6    | 5           | 5        | 7        | 6                 |            |
| R44       | 6      | 7    | 5      | 6    | 7           | 5        | 6        | 7                 |            |
| R45       | 5      | 7    | 5      | 5    | 5           | 6        | 6        | 5                 |            |
| R46       | 6      | 7    | 5      | 5    | 7           | 7        | 5        | 6                 |            |
| R47       | 6      | 5    | 6      | 5    | 7           | 5        | 5        | 7                 |            |
| R48       | 5      | 5    | 6      | 7    | 6           | 6        | 7        | 5                 |            |
| R49       | 5      | 6    | 7      | 6    | 5           | 7        | 7        | 6                 |            |
| R50       | 7      | 7    | 6      | 6    | 7           | 6        | 7        | 6                 |            |

#### 4) Menentukan Nilai *Constan* dan Nilai Rata-rata

Rekapitulasi hasil perhitungan rata-rata untuk setiap atribut dan kategori pada kemasan kacang sihobuk terhadap kansei word yang ada dapat dilihat pada tabel

di bawah ini:

**Tabel 4.21 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Rata-rata Kemasan Kacang Sihobuk**

| No | Kansei Word                               | Atribut |      |        |      |       |      |        |      |              |      |                     |      |          |      |        |      |
|----|---|---------|------|--------|------|-------|------|--------|------|--------------|------|---------------------|------|----------|------|--------|------|
|    |   | Bahan   |      | Bentuk |      | Warna |      | Ukuran |      | Bentuk Merek |      | Warna Tulisan Merek |      | Petunjuk |      | Gambar |      |
|    |   | 1       | 2    | 1      | 2    | 1     | 2    | 1      | 2    | 1            | 2    | 1                   | 2    | 1        | 2    | 1      | 2    |
| 1  | Tidak Elegan - Elegan                     | 6,12    | 6,32 | 5,32   | 6,40 | 5,74  | 6,48 | 5,98   | 6,44 | 6,36         | 5,94 | 6,28                | 6,36 | 6,18     | 6,42 | 6,38   | 5,14 |
| 2  | Tidak Unik - Unik                         | 6,00    | 6,48 | 5,64   | 6,34 | 6,54  | 6,38 | 6,18   | 6,40 | 6,04         | 5,64 | 5,68                | 5,90 | 5,54     | 5,64 | 6,26   | 5,74 |
| 3  | Tidak Simple - Simple                     | 5,98    | 6,26 | 5,46   | 6,38 | 5,42  | 6,12 | 5,50   | 6,50 | 5,84         | 5,48 | 5,90                | 5,52 | 5,80     | 5,68 | 5,98   | 5,60 |
| 4  | Tidak Aman - Aman                         | 6,02    | 6,40 | 5,80   | 6,02 | 5,80  | 6,12 | 5,56   | 6,32 | 5,60         | 5,90 | 5,46                | 5,20 | 5,80     | 5,90 | 6,04   | 6,02 |
| 5  | Tidak Tradisional - Tradisional           | 5,92    | 5,36 | 5,96   | 6,18 | 5,86  | 6,06 | 5,92   | 6,28 | 5,94         | 6,40 | 6,04                | 6,02 | 6,20     | 6,20 | 6,32   | 5,74 |
| 6  | Tidak Tampilan Estetika- Tampilan Estetil | 6,12    | 6,44 | 5,68   | 6,38 | 6,08  | 6,10 | 5,46   | 6,52 | 5,70         | 5,76 | 6,24                | 5,86 | 5,84     | 5,98 | 6,34   | 5,58 |
| 7  | Mudah Rusak - Tidak Mudah Rusak           | 6,18    | 6,40 | 5,00   | 6,10 | 5,46  | 6,30 | 5,66   | 6,24 | 5,50         | 5,64 | 5,56                | 5,84 | 5,66     | 5,42 | 6,32   | 4,78 |
| 8  | Tidak Informatif - Informatif             | 6,00    | 6,46 | 5,96   | 6,26 | 5,92  | 6,20 | 5,74   | 6,22 | 6,00         | 5,78 | 5,86                | 5,68 | 5,86     | 5,94 | 6,24   | 5,86 |

### 5) Menghitung Nilai Utilitas

Nilai utilitas diperoleh dengan menggunakan rumus berikut

:Utilitas = rata-rata - constant

Hasil rekapitulasi perhitungan utilitas kemasan kacang sihobuk dapat dilihat pada tabel 4.23 berikut ini:

**Tabel 4.23 Hasil Nilai Utilitas Kuesioner Kansei Kemasan Kacang Sihobuk**

| Atribut             | Kategori                                    | Kata Kansei             |                     |                         |                     |                                   |   |                                   |                                 |
|---------------------|---|-------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------------------|---|-----------------------------------|---------------------------------|
|                     |   | Tidak Elegan-<br>Elegan | Tidak Unik-<br>Unik | Tidak Simple-<br>Simple | Tidak Aman-<br>Aman | Tidak Tradisional-<br>Tradisional | Tidak Tampil Estetika-<br>Tampilan Estetika | Mudah Rusak-<br>Tidak Mudah Rusak | Tidak Informatif-<br>Informatif |
| Bahan Kemasan       | Aluminium Foil                              | 2,12                    | 2,00                | 1,98                    | 2,02                | 1,92                              | 2,12  | 2,18                              | 2,00                            |
|                     | Paper Food                                  | 2,32                    | 2,48                | 2,26                    | 2,40                | 1,36                              | 2,44  | 2,40                              | 2,46                            |
| Bentuk Kemasan      | Kotak Persegi                               | 1,32                    | 1,64                | 1,46                    | 1,80                | 1,96                              | 1,68  | 1,00                              | 1,96                            |
|                     | Standing Pouch                              | 2,40                    | 2,34                | 2,38                    | 2,02                | 2,18                              | 2,38  | 2,10                              | 2,26                            |
| Warna Kemasan       | Warna Terang                                | 1,74                    | 2,54                | 1,42                    | 1,80                | 1,86                              | 2,08  | 1,46                              | 1,92                            |
|                     | Warna Kombinasi                             | 2,48                    | 2,38                | 2,12                    | 2,12                | 2,06                              | 2,10  | 2,30                              | 2,20                            |
| Ukuran Kemasan      | Ukuran Sedang                               | 1,98                    | 2,18                | 1,50                    | 1,56                | 1,92                              | 1,46  | 1,66                              | 1,74                            |
|                     | Varian Ukuran                               | 2,44                    | 2,40                | 2,50                    | 2,32                | 2,28                              | 2,52  | 2,24                              | 2,22                            |
| Bentuk Merek        | Bulat & Nama Mendeskripsikan Produk         | 2,36                    | 2,04                | 1,84                    | 1,60                | 1,94                              | 1,70  | 1,50                              | 2,00                            |
|                     | Kotak Persegi & Nama Mendeskripsikan Produk | 1,94                    | 1,64                | 1,48                    | 1,90                | 2,40                              | 1,76  | 1,64                              | 1,78                            |
| Warna Tulisan Merek | Warna Terang                                | 2,28                    | 1,68                | 1,90                    | 1,46                | 2,04                              | 2,24  | 1,56                              | 1,86                            |
|                     | Warna Hitam                                 | 2,36                    | 1,90                | 1,52                    | 1,20                | 2,02                              | 1,86  | 1,84                              | 1,68                            |
| Petunjuk            | Informasi Produk                            | 2,18                    | 1,54                | 1,80                    | 1,80                | 2,20                              | 1,84  | 1,66                              | 1,86                            |
|                     | Informasi Perusahaan                        | 2,42                    | 1,64                | 1,68                    | 1,90                | 2,20                              | 1,98  | 1,42                              | 1,94                            |
| Gambar              | Kacang Sihobuk                              | 2,38                    | 2,26                | 1,98                    | 2,04                | 2,32                              | 2,34  | 2,32                              | 2,24                            |
|                     | Kacang                                      | 1,14                    | 1,74                | 1,60                    | 2,02                | 1,74                              | 1,58  | 0,78                              | 1,86                            |

### 6) Design Kemasan Kacang Sihobuk

Setelah selesai melakukan perhitungan dan pengolahan data, didapatkan hasil sebuah spesifikasi kategori yang terpilih untuk desain kemasan kacang sihobuk seperti pada table 4.27 berikut ini.

**Tabel 4.27 Spesifikasi Kategori Kemasan Kacang Sihobuk yang Terpilih**

| No | Primer              | Sekunder               |
|----|---------------------|------------------------|
| 1  | Bentuk Kemasan      | Standing Pouch         |
| 2  | Bahan Kemasan       | Paper Food             |
| 3  | Warna Kemasan       | Coklat Tua-Coklat Muda |
| 4  | Ukuran Kemasan      | 1. 200 gr<br>2. 500 gr |
| 5  | Bentuk Merek        | Bulat                  |
| 6  | Warna Tulisan Merek | Kuning                 |
| 7  | Petunjuk            | Informasi Produk       |
| 8  | Gambar              | Gambar Kacang Sihobuk  |

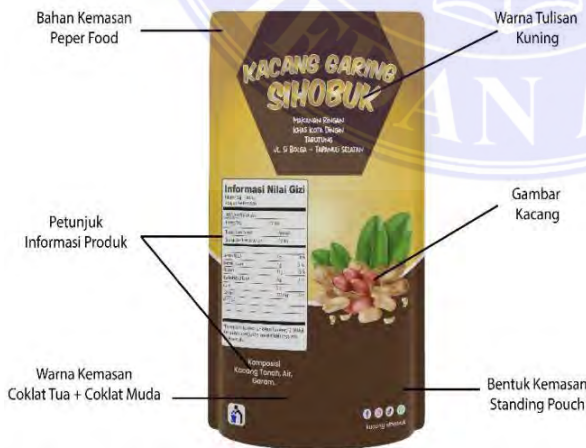
Adapun hasil desain kemasan kacang sihobuk berdasarkan keinginan konsumen dapat dilihat pada gambar berikut :



**Gambar 4.1** Desain Kemasan Kacang Sihobuk Tampak Depan



**Gambar 4.2** Desain Kemasan Kacang Sihobuk Tampak Bawah



**Gambar 4.3** Desain Kemasan Kacang Sihobuk Tampak Belakang



**Gambar 4.4** Desain Kemasan Kacang Sihobuk Tampak Atas

Desain kemasan kacang sihobuk ini terbentuk dari nilai-nilai terbesar masing masing item yang sering muncul. Desain kemasan ini merupakan hasil dari keinginan konsumen yang mana spesifikasi berupa bahan kemasan, bentuk kemasan, warna kemasan, ukuran kemasan, bentuk merek, warna tulisan merek, petunjuk pada kemasan dan juga gambar yang ada pada kemasan ditentukan berdasarkan kuesioner pendahuluan, kuesioner kansei, dan kuesioner tertutup. Desain ini juga memperhatikan kata-kata kansei terpilih yaitu elegan, unik, simple, aman, tradisional, tampilan estetika, tidak mudah rusak, dan informatif.

#### 4. Simpulan

Dari hasil pembahasan yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik simpulan yaitu:

1. Kata kansei yang menjadi prioritas untuk perbaikan kemasan kacang sihobuk dari hasil penelitian adalah elegan, unik, simple, aman, tradisional, tampilan estetika, tidak mudah rusak dan informatif.
2. Tingkat kepentingan masing-masing item yang mempengaruhi selera konsumen antara lain sebagai berikut :
  - a. Bahan kemasan kacang sihobuk adalah berbahan paper food dengan 7 kata kansei yaitu elegan, unik, simple, aman, tampilan estetika, tidak mudah rusak dan informatif yang memiliki nilai utility terbesar yaitu 2,32; 2,48; 2,26; 2,40; 2,44; 2,40 dan 2,46.
  - b. Bentuk kemasan kacang sihobuk adalah standing pouch dengan 6 kata kansei yaitu elegan, unik, simple, tradisional, tampilan estetika, dan informatif yang memiliki nilai utility terbesar yaitu 2,40; 2,34; 2,38; 2,18; 2,38 dan 2,26.
  - c. Warna kemasan kacang sihobuk adalah warna kombinasi dengan 6 kata kansei yaitu elegan, unik, simple, aman, tidak mudah rusak, dan informatif yang memiliki nilai utility terbesar yaitu 2,48; 2,38; 2,12; 2,12; 2,30 dan 2,20.
  - d. Ukuran kemasan kacang sihobuk adalah varian ukuran dengan 8 kata kansei yaitu elegan, unik, simple, aman, tradisional, tampilan estetika, tidak mudah rusak, dan informatif yang memiliki nilai utility terbesar yaitu 2,44; 2,40; 2,50; 2,32; 2,28; 2,52; 2,24 dan 2,22.
  - e. Bentuk merek kemasan kacang sihobuk adalah bulat dengan 3 kata kansei yaitu elegan, unik, dan informatif yang memiliki nilai utility terbesar yaitu 2,36; 2,04; dan 2,00.
  - f. Warna tulisan merek kemasan kacang sihobuk adalah warna terang dengan 3 kata kansei yaitu elegan, tradisional, dan tampilan estetika yang memiliki nilai utility terbesar yaitu 2,28; 2,14; dan 2,24.
  - g. Petunjuk pada kemasan kacang sihobuk adalah informasi produk dengan 3 kata kansei yaitu elegan, unik dan tradisional yang memiliki nilai utility terbesar yaitu 2,18; 2,54 dan 2,20.
  - h. Gambar pada kemasan kacang sihobuk adalah gambar kacang sihobuk dengan 6 kata kansei yaitu elegan, unik, tradisional, tampilan estetika, tidak mudah rusak dan informatif yang memiliki nilai utility terbesar yaitu 2,38; 2,26; 2,32; 2,34; 2,32 dan 2,24.
3. Adapun spesifikasi kategori kemasan kacang sihobuk yang terpilih adalah bentuk kemasan standing pouch dengan bahan kemasan paper food, warna kemasan terpilih adalah warna kombinasi yaitu coklat tua-coklat muda, ukuran yang terpilih adalah varian yaitu 200 gram dan 500 gram, bentuk merek yang terpilih adalah bulat dengan warna tulisan merek kuning, pada kemasan terdapat petunjuk tentang informasi produk dan juga gambar kacang sihobuk.

## Daftar Pustaka

- Cahyani, Nana, Marlina, Edo Indriyanto, Siti Masripah. 2016. *Uji Validitas dan Reliabilitan Terhadap Implementasi Aplikasi Penjualan dan Pembelian*. Vol.1, No. 1.
- Christy, Priscilla dan J. Ellyawati. 2014. *Pengaruh Desain Kemasan (Packaging) Pada Impulsive Buying*.
- Dharma, Ghenta Oryza, Dyah Rachmawati Lucitasari, Muhammad Shodiq Abdul Khannan. 2018. *Perancangan Ulang Headset dan Penutup Mata Untuk Tidur Menggunakan Metode Nigel Cross*. 11 (1).
- Ginting, Rosnaini. 2010. *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Hartono, Markus. 2018. *Kansei Engineering di Industri Jasa*. Malang: Media Nusa Creative.
- Rosanna, Yonas Octara, Adil Basuki Ahza, Dahrul Syah. 2015. *Prapemanasan Meningkatkan Kerenyahan Keripik Singkong dan Ubi Jalar Ungu*. Vol. 26 (1): 72-79
- Said, Abdul Azis. 2016. *Desain Kemasan*. Makassar : Badan Penerbit UNM <http://eprints.unm.ac.id/4214/>
- Salomon, Lithrone Laricha, Wilson Kosasih, Natalia Lydia Saputra. 2015. *Strategi Pengembangan Plastic Shopping Bag Berdasarkan Preferensi Konsumen dengan Pendekatan Metode Kansei Engineering*. Vol. 04 No. 14
- Theopilus, Yansen, Kristiana Asih Damayanti, Thedy Yogasara, Paulina Kus Ariningsih. 2018. *Pengembangan Kemasan Makanan untuk Menghasilkan User Experience yang Positif: Studi Kasus pada Salah Satu UMKM Makanan di Kota Bandung*. Vol 3. No.2