

**PERANCANGAN KEMASAN KRIPIK SINGKONG DENGAN
METODE *KANSEI ENGINEERING* DI UKM AL FITRAH
SKRIPSI**

OLEH:

**YASEP KURNIAWAN SITUMORANG
188150035**



**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 KRIPIK SINGKONG DENGAN METODE *KANSEI ENGINEERING* DI UKM AL Fitrah

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Teknik
Universitas Medan Area**



Oleh :

YASEP KURNIAWAN SITUMORANG
NPM : 188150035

PROGRAM 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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : PERANCANGAN KEMASAN KRIPIK SINGKONG
DENGAN METODE *KANSEI ENGINEERING* DI UKM AL
Fitrah

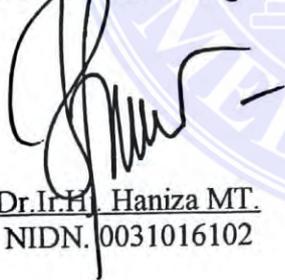
Nama : Yasep Kurniawan Situmorang

NPM : 188150035

Fakultas : Teknik

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing,

Dosen Pembimbing I



Dr. Ir.H. Haniza MT.
NIDN. 0031016102

Dosen Pembimbing II



Sutrisno, S.T., M.T.
NIDN. 0127038802

Mengetahui

Dekan Fakultas Teknik

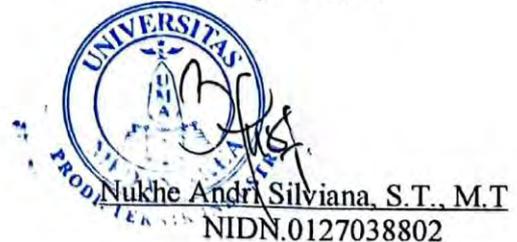


Rahmad Syah S.Kom., M.Kom.
NIDN. 0105058804

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Ketua Program Studi



Nukhe Andri Silviana, S.T., M.T.
NIDN. 0127038802

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yasep Kurniawan Situmorang

NPM : 188150035

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

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan.

Medan, September 2023



Kurniawan
Situmorang)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas Universitas Medan Area. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yasep Kurniawan Situmorang

NPM : 188150035

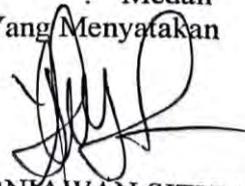
Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknik

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area bebas **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** Atas karya ilmiah saya yang berjudul: Perancangan Kemasan Kripik Singkong Dengan Metode *Kansei Engineering* Di UKM Al Fitrah beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti, Non eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengolah dalam bentuk pengakalan data (*database*), merawat dan mempublikasi skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Yang Menyatakan



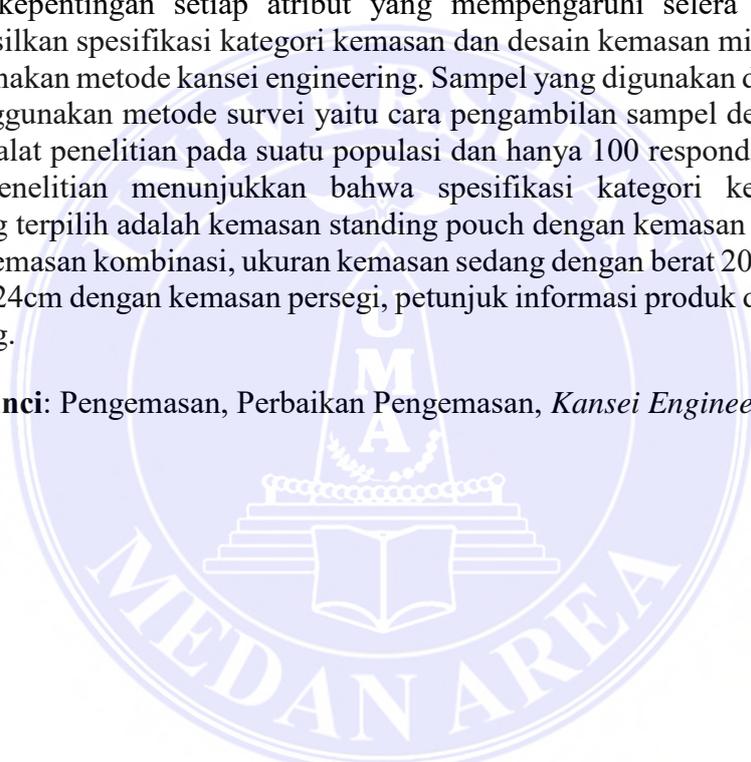
(YASEP KURNIAWAN SITUMORANG)

ABSTRAK

Yasep Kurniawan Situmorang. 188150035. “Perancangan Kemasan Keripik Singkong di UKM AL Fitrah Menggunakan Metode Kansei Engineering”. Dibimbing oleh Dr.Ir.Hj.Haniza, MT dan Sutrisno, ST, MT.

UKM AL Fitrah merupakan usaha pembuatan keripik singkong. UKM AL Fitrah berlokasi di Jalan Panglima Denai Gang Hasibuan NO. Amplas 50 Medan, Medan. Kemasan yang digunakan UKM AL Fitrah adalah plastik transparan polos dan kertas yang ditempelkan pada kemasan sebagai merk dagang dengan bentuk yang tidak menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan kata kansei (keinginan) yang mempengaruhi desain kemasan yang diinginkan konsumen, menentukan tingkat kepentingan setiap atribut yang mempengaruhi selera konsumen dan menghasilkan spesifikasi kategori kemasan dan desain kemasan miss chips dengan menggunakan metode kansei engineering. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode survei yaitu cara pengambilan sampel dengan kuesioner sebagai alat penelitian pada suatu populasi dan hanya 100 responden yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa spesifikasi kategori kemasan keripik singkong terpilih adalah kemasan standing pouch dengan kemasan aluminium foil, warna kemasan kombinasi, ukuran kemasan sedang dengan berat 200g, dan panjang 16cm x 24cm dengan kemasan persegi, petunjuk informasi produk dan foto. keripik singkong.

Kata kunci: Pengemasan, Perbaikan Pengemasan, *Kansei Engineering*.

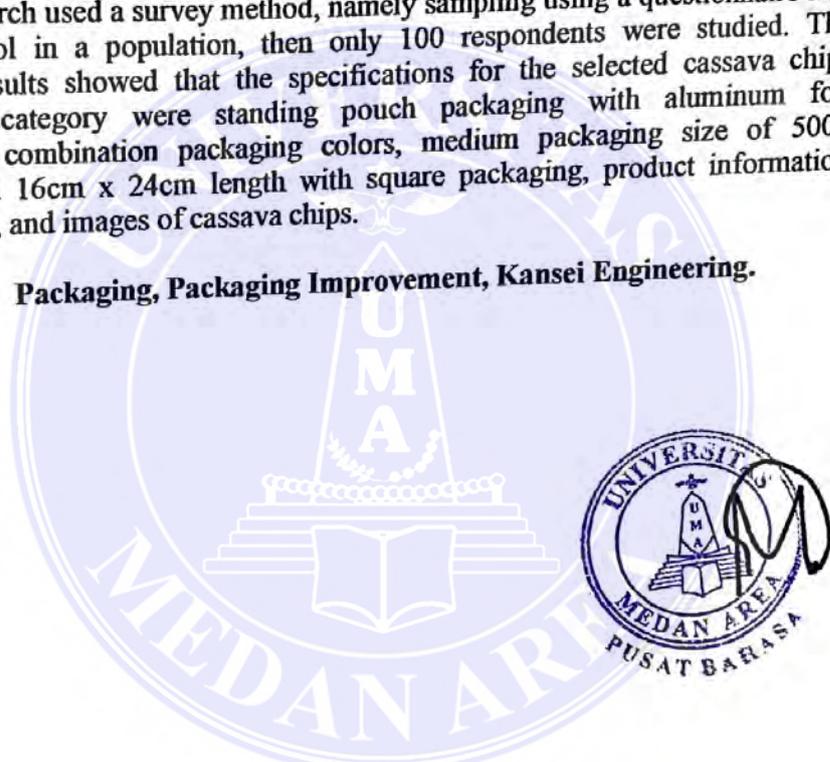


ABSTRACT

Yasep Kurniawan Situmorang, 188150035. "The Design of Cassava Chips Packaging at AL Fitrah SME Using the Kansei Engineering Method". Supervised by Dr. Ir. Hj. Haniza, M.T. and Sutrisno, S.T., M.T.

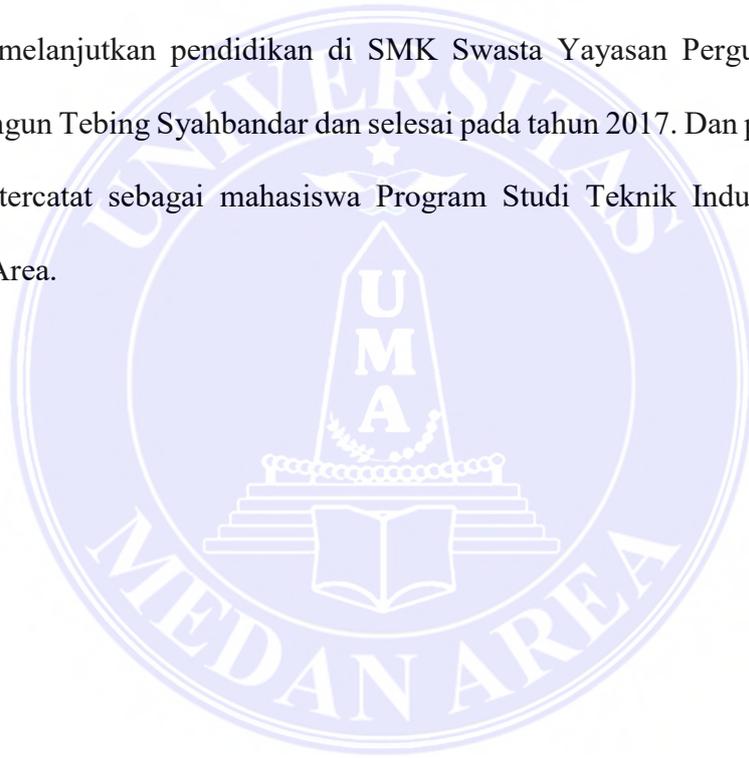
Al Fitrah SME is a cassava chips-making business. It is located at Panglima Denai Street, Hasibuan Alley No. 50 Medan Amplas, Medan. The packaging used by Al Fitrah SME is plain transparent plastic and paper, which is attached to the packaging as a brand in an unattractive shape. This research aimed to produce the packaging designs desired by consumers, to determine the importance level of each attribute that influences consumer taste, and to produce packaging category specifications and designs using the Kansei engineering method. The sample used in this research used a survey method, namely sampling using a questionnaire as a research tool in a population, then only 100 respondents were studied. The research results showed that the specifications for the selected cassava chips packaging category were standing pouch packaging with aluminum foil packaging, combination packaging colors, medium packaging size of 500g weight, and 16cm x 24cm length with square packaging, product information instructions, and images of cassava chips.

Keywords: Packaging, Packaging Improvement, Kansei Engineering.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Yasep Kurniawan Situmorang, lahir di Simpang Tiga, Bandar Khalifah, Serdang Bedagai pada tanggal 13 Juni 1999. Penulis merupakan anak Empat dari Lima bersaudara dari Bapak Patar Situmorang dan Ibu Hotna Naibaho. Penulis menyelesaikan pendidikan pertama di SD 106457 Sei Kering pada tahun 2011. Pada tahun sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Bandar Khalifah dan selesai pada tahun 2014. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMK Swasta Yayasan Perguruan Indonesia Membangun Tebing Syahbandar dan selesai pada tahun 2017. Dan pada tahun 2018 penulis tercatat sebagai mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang tak henti-hentinya memberikan segala kenikmatan dan rahmat kepada seluruh hamba-NYA. Dengan rahmat dan berkatnya, skripsi yang berjudul “Perancangan Kemasan Kripik Singkong Dengan Metode *Kansei Engineering* Di UKM Al Fitrah” dapat terselesaikan dengan baik. Adapun skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan tugas akhir pada jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Penulis sadar bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka pelaksanaan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Rahmadsyah, S.Kom., M.Kom, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
3. Ibu Nukhe Andri Silviana ST. MT, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area.
4. Ibu Dr.Ir.Hj. Haniza MT, Msi selaku Dosen Pembimbing I
5. Bapak Sutrisno, S.T., M.T selaku Dosen Pembimbing II
6. Pemilik UKM Al-Fitrah.
7. Seluruh Dosen Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area yang telah memberikan pengetahuannya ketika mengajar mata kuliah dengan ikhlas kepada penulis.
8. Orang Tua saya Bapak Patar Situmorang dan Ibu Hotna br Naibaho yang

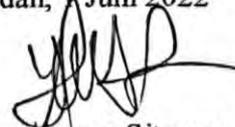
telah memberikan dukungan moral maupun materil dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada Abang saya Marulitua Situmorang S.Kom, Alfredy Situmorang S.Tr.P, Ziban Saroha Situmorang, dan Adik saya Susi Erinda Situmorang yang telah memberi semangat dan dukungan sepenuhnya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada teman saya rekan rekan seperjuangan yang selalu menenami dan membantu saya dalam penulisan skripsi maupun juga motivasinya.
11. Serta semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat digunakan sebagai mana mestinya dan dijadikan sebagai bahan pembelajaran, wawasan, dan ilmu yang baru bagi semua pihak serta khususnya bagi penulis sendiri.

Medan, 1 Juni 2022



Yasep Kurniawan Situmorang

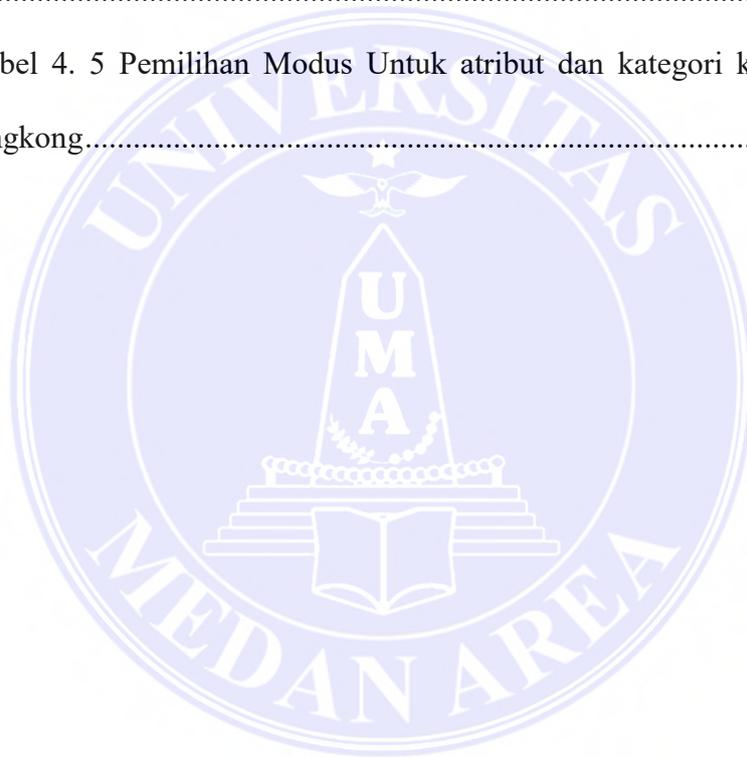
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Batas Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pengemasan (<i>Packaging</i>)	7
2.1.1 Kemasan.....	7
2.1.2 Variabel Kemasan	9
2.2 <i>Kansei Engineering (KE)</i>	9
2.2.1 Jenis-jenis <i>Kansei Engineering</i>	12
2.3 Skala Penilaian	14
2.4 <i>Analisa Conjoint</i>	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	17
3.2 Pengambilan Sampel	17
3.3 Jenis Penelitian.....	18

3.4	Variabel Penelitian	18
3.5	Kerangka Berpikir	19
3.6	Metode Pengumpulan Data	21
3.7	Pengolahan Data.....	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		25
4.1	Pengumpulan Data	25
4.1.1	Pengumpulan Kata <i>Kansei</i> (<i>Kansei Word</i>).....	25
4.1.2	Penetapan Skala <i>Kansei</i> Dari Kata <i>Kansei</i>	29
4.1.3	Pengurutan Spesifikasi Kategori	30
4.2	Pengolahan Data.....	31
4.2.1	Analisis Statistik.....	33
4.2.2	Interpretasi Analisis Statistik Data.....	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		38
5.1	Kesimpulan.....	41
5.2	Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA		44

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Kata Kansei Kemasan Kripik Singkong	25
Tabel 4. 2 Spesifikasi Kategori Desain Kemasan Kripik Singkong	30
Tabel 4.3 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Rata-rata Penelitian Kemasan Kripik Singkong.....	34
Tabel 4. 4 Hasil Nilai Utilitas Kuesioner Penelitian Kemasan Kripik Singkong	35
Tabel 4. 5 Pemilihan Modus Untuk atribut dan kategori kemasan kripik singkong.....	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kemasan Kripik Singkong Saat Ini	2
Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir.....	20
Gambar 3. 2 Blok Dangram Metologi Penelitian	24
Gambar 4. 1 Desain Bahan Kemasan Kripik Singkong	38
Gambar 4. 2 Desain Warna kemasan kripik singkong	39
Gambar 4. 3 Desain Informasi Produk kemasan kripik singkong	40



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki peranan penting di dalam perekonomian di Indonesia. hal ini karena besarnya lapangan kerja yang dapat disediakan sektor ini. dalam pemasaran sebuah produk yang semakin hari semakin berkembang, dimana tiap-tiap UKM bersaing mengembangkan produknya agar dapat menjadi yang terbaik dan mendapat profit yang lebih. suatu UKM memerlukan suatu strategi yang tepat dan efektif untuk tetap bertahan meningkatkan volume penjualan dan menarik pelanggan sebanyak-banyaknya terhadap barang yang diproduksinya.

Kemasan menjadi salah satu cara untuk menghadapi persaingan karena dengan desain kemasan yang menarik akan membuat konsumen memilih produk yang ditawarkan. kemasan yang diharapkan adalah kemasan yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memenuhi selera konsumen, serta kemasan bisamenjadi kemasan yang jauh lebih baik lagi karena di desain berdasarkan atribut keinginan konsumen. Kemasan juga digunakan perusahaan selain untuk menarik pelanggan baru juga untuk membuat differensiasi atau perbedaan dengan produk yang lain sebagai identitas dan ciri sebuah produk. (Lidyasuwanti, et al 2017).

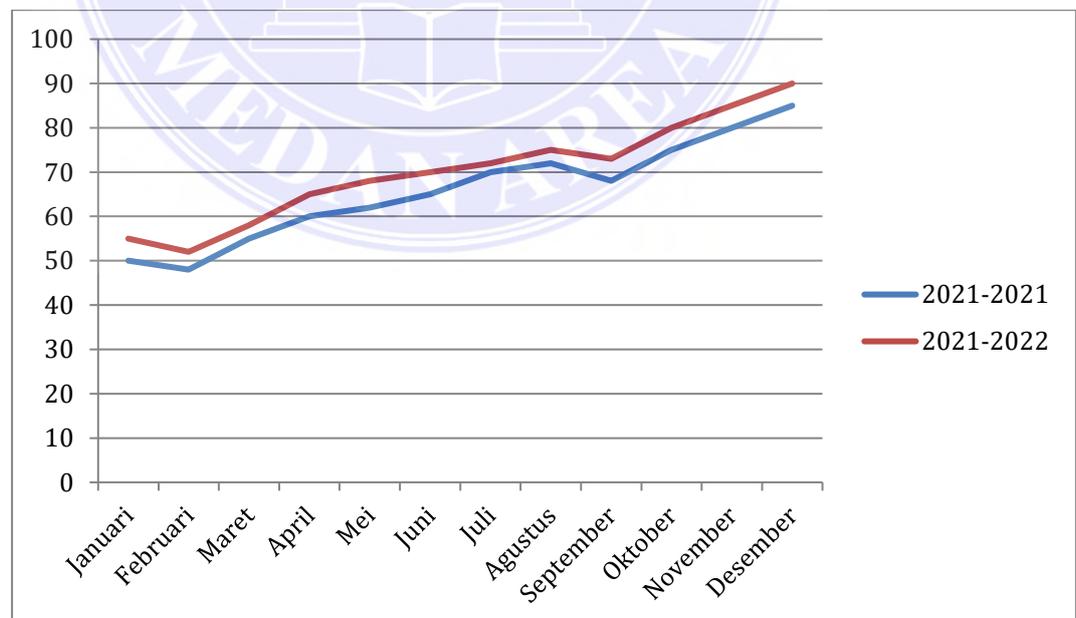
Salah satu UKM di Kota Medan yang memproduksi kripik singkong yaitu UKM AL Fitrah. Pada awalnya UKM AL Fitrah sudah berjalan dengan membuka usaha kecil-kecilan pada tahun 2018, namun sejak saat itu UKM AL Fitrah tidak melakukan banyak perkembangan, dikarenakan kemasan yang digunakan hanya dikemas dengan plastik bening tembus pandang. kemasan yang seperti ini sudah

sangat umum digunakan pada kemasan kripik singkong sehingga kripik singkong milik UKM AL Fitrah terlihat biasa saja dan terlihat sederhana, serta tidak memiliki perbedaan dengan kemasan kripik singkong lainnya.



Gambar 1. 1 Kemasan Kripik Singkong Saat Ini

Bahan kemasan kripik singkong pada saat ini di UKM AL Fitrah terbuat dari plastik yang tipis, mudah sobek dan pengemasannya masih menggunakan tradisional sehingga kripik singkong mudah masuk angin tidak dapat bertahan lama sehingga membuat konsumen kurang tertarik.



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Kripik Singkong

Berdasarkan jumlah penjualan perbungkusnya pada tahun 2020-2021 sampai

dengan 2021-2022 menunjukkan jumlah kestabilan penjualan. Pada tahun 2020-2021 sampai dengan 2021-2022, hanya terjadi sekali peningkatan penjualan di bulan Desember dikarenakan faktor Hari Natal dan libur menjelang Tahun Baru sehingga banyaknya pesanan pembeli di bulan tersebut dengan jumlah penjualan sebanyak 85.000 kg dan 90.000 kg kripik singkong.

Tabel 1.1. Data Persepsi Responden Terhadap Kemasan

No. Pert	STS (5)	SS (4)	RR (3)	TS(2)	STS(3)
1	23	22	35	10	15
2	24	20	10	29	14
3	20	18	15	34	13
4	18	27	20	20	20
5	15	13	20	7	38
Jumlah	100	100	100	100	100

Faktor kemasan dalam penelitian ini diukur melalui 5 pertanyaan dengan skor 5 sampai 1. Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 1.1 tampak dari 100 responden yang menjawab 5 pertanyaan dengan hasil dari STS jawaban 23 (STS), 24 (STS), 20 (STS), 18 (STS) dan 15 (STS), dari SS jawaban 22 (SS), 20 (SS), 18 (SS), 27 (SS) dan 13 (SS), dari RR jawaban 35 (RR), 10 (RR), 15 (RR), 20 (RR), dan 20 (RR), dari TS jawaban 10 (TS), 29 (TS), 34 (TS), 20 (TS), dan 7 (TS), dari STS jawaban 15 (STS), 14 (STS), 13 (STS), 20 (STS), dan 38 (STS).

Warna kemasan kripik singkong pada saat ini di UKM AL Fitrah hanya berwarna putih bening dan tidak menarik perhatian konsumen sehingga membuat daya tarik beli konsumen kurang, dimana warna yang tepat akan menunjukkan secara jelas identitas suatu produk kepada calon konsumen. maka dari itu warna telah menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang hendak membeli produk

Informasi produk pada kemasan kripik singkong pada saat ini di UKM AL Fitrah tidak ada tertera dalam kemasan kripik singkong. fungsi informasi produk

pada kemasan kripik singkong sangat memiliki peran yang sangat penting, dengan adanya informasi produk pada kemasan kripik singkong dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dengan lebih hati-hati.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mendesain kemasan kripik singkong di UKM AL Fitrah, agar nantinya kemasan yang menarik bisa membuat persepsi yang berbeda atas sebuah produk yang akan berujung pada pembelian dan dapat memperoleh kesuksesan dalam penjualan. dalam merancang desain kemasan kripik singkong ada beberapa metode yang dapat digunakan. salah satu metode yang dapat digunakan untuk perbaikan desain kemasan adalah *Kansei Engineering*, dan dalam penelitian ini akan digunakan metode tersebut untuk merancang desain kemasan berdasarkan item-item kansei yang diinginkan oleh konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, berikut rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana Bahan kemasan yang dapat membuat konsumen tertarik?
2. Bagaimana warna kemasan desain yang dapat membuat konsumen tertarik?
3. Apa tambahan informasi produk pada bahan kemasan yang digunakan dalam pembuatan desain kemasan kripik singkong UMKM AL Fitrah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah antara lain:

1. Untuk mengetahui Bahan kemasan yang dapat membuat konsumen tertarik.
2. Untuk mengetahui warna desain kemasan yang dapat membuat konsumen tertarik.
3. Untuk mengetahui Informasi produk pada bahan kemasan kripik singkong di UMKM AL Fitrah.

1.4 Batas Penelitian

Agar permasalahan tidak terlalu luas ruang lingkungannya, maka penulis membatasi masalah pada:

1. Penelitian terfokus pada desain kemasan kripik singkong.
2. Pengukuran parameter teknik menggunakan metode *KanseiEngineering* (KE).
3. Penelitian ini Tidak menghitung biaya pencetakan kemasankripik singkong).

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada berbagai pihak berkepentingan, yaitu:

1. Bagi Mahasiswa, berguna untuk mengaplikasikan teori-teori yang pernah dipelajari selama kuliah dan mencari solusi bagi permasalahan yang timbul di dunia nyata.
2. Bagi institusi, memberi informasi dan ilmu pengetahuan, serta sebagai media belajar dan referensi bagi civitas akademik untuk melakukan penelitian selanjutnya.
3. Bagi UKM AL Fitrah, hasil kajian dapat menjadi masukan untuk memperbaiki/meilih desain kemasan kripik singkong untuk menarik konsumen dalam promosi pemasaran.

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi latar belakang kenapa peneliti ini diangkat,

selain itu juga berisi permasalahan yang akan diangkat, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang rangkuman hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan.

Selain itu juga berisi konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, dasar teori yang mendukung kajian yang akan dilakukan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang materi, alat, tata cara penelitian dan data apasaja yang akan digunakan dalam mengkaji dan menganalisis sesuai dengan bagan alir yang telah dibuat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan pada saat pengolahan data untuk selanjutnya dapat menghasilkan suatu kesimpulan dan saran.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan hasil penelitian. Selain itu juga terdapat saran atau masukan-masukan yang perlu diberikan, baik terhadap peneliti sendiri maupun peneliti selanjutnya yang dimungkinkan penelitian ini dapat dilanjutkan.

Daftar Pustaka

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengemasan (*Packaging*)

Pengemasan adalah kegiatan mendesain dan memproduksi wadah atau pembungkus produk. Kemasan dapat berupa wadah utama produk, kemasan sekunder yang dibuang pada saat produknya digunakan kemasan yang dikhususkan untuk menyimpan, mengidentifikasi, dan mengirim produknya. (Alisa, et al, 2015)

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.

2.1.1 Kemasan

Menurut Kottler Dan Armstrong (2012) “Kemasan mengacu pada desain dan pembuatan wadah atau kemasan untuk suatu produk”. Kemasan berasal dari kata kemas yang berarti teratur (terbungkus) rapi, bersih, rapi, beres, dan selesai. 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 penggunaannya. desain kemasan harus mampu

menyampaikan pesan lewat komunikasi informatif, seperti halnya komunikasi antara penjual dengan pembeli.

Jadi dapat dikatakan bahwa kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu produk yang meliputi desain bungkus dan pembuatan bungkus produk tersebut. (Susetyarsi, 2012). Dewasa ini kemasan mempunyai arti yang sangat penting karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap isi produk saja tetapi juga digunakan untuk menyenangkan dan memikat hati konsumen. oleh karenanya kemasan termasuk salah satu dalam strategi pemasaran khususnya strategi produk yang dapat dilakukan dengan cara memperbaiki bentuk luar dari produk seperti pembungkus, etiket, warna, logo, dan lain-lain agar dapat menarik perhatian konsumen dan dapat memberi kesan bahwa produk tersebut bermutu atau berkualitas baik. (Susetyarsi, 2012).

Kemasan suatu produk biasanya tidak hanya satu tetapi berlapis karena kemasan dibuat dengan tujuan yang berbeda. adapun kemasan terdiri dari:

1. Kemasan dasar (*Primer Package*) yaitu bungkus langsung dari suatu produk.
2. Kemasan tambahan (*Secondary Package*) yaitu bahan yang melindungi kemasan dasar yang biasanya dibuat lebih menarik dengan desain yang beragam.
3. Kemasan pengiriman (*Shipping package*) yaitu kemasan yang diperlukan untuk penyimpanan dan pengiriman

Dari macam kemasan tersebut fungsi yang diharapkan adalah:

1. Untuk melindungi produk yang bersangkutan terhadap kerusakan-kerusakan dari saat produk tersebut diproduksi sampai produk tersebut dikonsumsi.

2. Untuk memudahkan pengerjaan dan penyimpanan produk-produk tersebut oleh produsen, perantara maupun konsumen.

2.1.2 Variabel Kemasan

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

1. Bahan kemasan

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

2. Warna kemasan

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 menyolok mata serta atribut intangibel dari sebuah merek. Hal ini dengan demikian berarti bahwa warna membawa pesan khusus mengenai merek yang pada akhirnya menciptakan proposisi penjualan yang unik.

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 *Kansei Engineering* (KE).

Kansei Engineering adalah metode untuk memastikan bahwa suatu produk atau jasa memenuhi tanggapan emosional yang diinginkan. proses ini memungkinkan untuk memodelkan perasaan/emosi pelanggan dan kemudian menerjemahkannya ke dalam parameter desain. dalam bahasa Jepang, *kansei* berarti emosi. emosi yang dimaksud tidak hanya dari segi pikiran, namun meliputi penglihatan, pendengaran, perasaan, bau, rasa, serta kognisi akan terlibat secara simultan. *kansei engineering* dianggap memiliki keunggulan terhadap metode lain yang serupa, karena metode ini memiliki kemampuan untuk menerjemahkan kebutuhan emosional konsumen kedalam parameter desain yang konkret melalui teknik-teknik tertentu. (Stevianus Titaley, et, al. 2018).

Prof. Mitsuo Nagamachi, seorang psikolog, Ph.D di bidang teknik industri dan Hiroshima University telah menemukan *Kansei Engineering* sebagai suatu teknologi yang dapat menerjemahkan sebuah perasaan manusia menjadi spesifikasi rancangan (Nagamachi, 2011). rekayasa *kansei* biasa digunakan dalam perancangan produk untuk menghasilkan kepuasan konsumen, yaitu menganalisis

psikologis manusia dengan menghubungkan perasaan dan emosi yang kemudian dituangkan kedalam sebuah desain kemasan produk.

Prosedur standar dalam pendekatan *kansei engineering*, terdiri dari 4 langkah yaitu: (1). Identifikasi suatu produk akan kebutuhan konsumen dari segi images dan ergonomis berdasarkan perasaan psikologis. (2) Ekstraksi parameter produk agar dapat memuaskan calon konsumen. (3). Pengembangan *kansei engineering* untuk mendapatkan teknologi ergonomis. (4) Melakukan penyesuaian desain suatu produk berdasarkan preferensi konsumen dan kelompok sosial. untuk mendesain suatu produk, *kansei engineering system* (KES) memerlukan bantuan sistem yang mendukung perasaan dan citra (*image*) konsumen ke dalam elemen–elemen desain fisik. KES pada dasarnya memiliki 4 basis data dan sebuah mesin inference dalam strukturnya. 4 basis data yaitu: (1) Basis Data *Kansei* (*Kansei Word Database*). *kansei word* yang digunakan dalam domain produk baru dikumpulkan dari majalah–majalah sistem yang berkaitan. (Stevianus Titaley, et, al. 2018).

Kansei Word ini kebanyakan dievaluasi melalui metode *Semantic Differential* dan kemudian dianalisis dengan metode statistik, seperti analisis sistem. hasil dari analisis sistem memberi saran akan petunjuk *kansei word* yang akan digunakan, yang akan menjadi sumber basis data *kansei word* yang dibangun ke dalam sistem. (2) Basis Data Citra (*Image Database*). hasil pengujian dengan *Semantic differential* merupakan analisis kedua dalam teori kuantitatif hayashi tipe1. melalui Analisis ini, kita bisa mendapatkan daftar hubungan antara kata *kansei* dan elemen–elemen desain. setelah itu kita dapat mengidentifikasi kata kansei, yang memberikan item–item tertentu desain detail.

Sebagai contoh, jika konsumen menginginkan sesuatu yang indah, kata kansei ini merespon dengan beberapa desain detail dalam sistem. data ini membangun basis data citra dan basis peraturan. (3) Basis Pengetahuan (*Knowledge Base*).

Basis pengetahuan terdiri dari aturan-aturan yang dibutuhkan untuk memutuskan tingkat korelasi antara item-item rincian desain dengan *kansei word*. beberapa aturan dihasilkan dari perhitungan teori kuantifikasi dan beberapa dari prinsip-prinsip kondisi warna, panduan desain kasar dan masih banyak lagi. (4) Basis Data Desain dan Warna (*Design and Color Database*). detail-detail desain diterapkan pada basis data desain bentuk dan basis data pengecatan warna secara terpisah. semua detail-detail desain terdiri dari desain aspek yang berhubungan sebagai bentuk total dengan masing-masing *kansei word*. basis data warna terdiri dari warna yang beragam yang juga dihubungkan pada *kansei word*. desain gabungan dengan bentuk dan ukuran ini dikutip dengan sistem inferensi yang spesifik berdasarkan basis peraturan dan kemudian ditampilkan dalam grafik dilayar. (Stevianus Titaley, et, al. 2018)

2.2.1 Jenis-jenis Kansei Engineering

Metode *kansei engineering* memiliki beberapa type dengan cara penyelesaian masalah yang berbeda dari setiap typenya. jenis-jenis *Kansei Engineerig* adalah 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, dan kuesioner. selanjutnya *Kansei words* yang telah terkumpul kemudian dikategorikan dan dikolektifkan berdasarkan sifatnya, dan langkah terakhir mereduksi *kansei words* tersebut berdasarkan levelnya, level tertinggi merupakan *Kansei words* yang terpilih dan mewakili kelompok *Kansei words*nya. *Kansei Type-I* lebih dikenal dengan sebutan konsep zero level yang terdiri dari beberapa sub konsep.

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

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

3. *Kansei Engineering Type-III Hybrid Kansei Engineering System.*

Kansei Type III hampir mirip dengan *kansei TypeII*. perbedaan nyata antara kedua tipe ini adalah, jika *Kansei TypeII* 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 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 KE 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 KE agar dapat dinilai oleh grup tertentu yang ditawarkan di internet. melalui cara ini tahap pengembangan dapat dipersingkat dan disederhanakan.

2.3 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 kategori-kategori 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 skalalikert, 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 Setuju (SS), Setuju, (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

2.4 Analisa Conjoint

Analisis *conjoint* merupakan suatu mode untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap suatu produk tertentu didasarkan pada atribut yang ada pada produk tersebut. hasil penilaian konsumen bermanfaat dalam menentukan atribut produk seperti apa yang paling disukai.

Tujuan dari *analisis conjoint* adalah mengetahui bagaimana persepsi seseorang terhadap suatu objek yang terdiri dari satu atau banyak bagian. hasil

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

1. Menentukan nilai *constant*

Nilai constant merupakan nilai rata-rata dari jumlah skala pada kuesioner. contoh: karena responden 1 mengisi angka 1 sampai 7, maka rata-rata adalah

$$\frac{1 + 2 + 3 + 4 + 5}{5} = 3$$

2. Menentukan nilai rata-rata faktor

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

$$\frac{\text{Jumlah data}}{\text{Banyak data}}$$

3. Menentukan nilai utility

Utility merupakan selisih antara rata-rata faktor tertentu dengan nilai *constant*.

$$\text{Utilitas} = \text{rata-rata} - \text{constant}$$

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UKM AL Fitrah yang bergerak dibidang makanan ringan. Perusahaan ini berlokasi di Jalan Panglima Denai Gang Hasibuan NO. 50 Medan Amplas, Medan.

3.2 Pengambilan Sampel

Dalam sebuah penelitian perlu dilakukan pengambilan sampel untuk memperoleh data dari responden. Dimana yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen pembeli kripik singkong di Jalan Panglima Denai Gang Hasibuan no 50 Medan Amplas, Medan.

Untuk mengetahui jumlah sampel yang digunakan perlu diketahui jumlah populasi terlebih dahulu. namun di UKM AL Fitrah tidak diketahui berapa jumlah populasi (pembeli kripik singkong), sehingga untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini maka digunakan Rumus Lemeshow (Riduwan dan Akon,yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{L^2}$$

dimana :

n = jumlah sampel

Z = nilai standar distribusi α 5 % = 1,96

P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai

$$Q = 1 - P$$

L = Tingkat ketelitian 10 % (0,1)

Berdasarkan rumus Lemeshow tersebut maka diperoleh:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Sehingga diperoleh jumlah sampel minimal yang dibutuhkan yaitu 96,04 dibulatkan menjadi 100 responden.

3.3 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian metode survei. menurut (Sugiyono, 2013) metode survei adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga kesimpulan yang akan ditarik terbatas pada objek yang diteliti saja, jadi tidak berlaku secara umum.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (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 kripik singkong.

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. Bahan kemasan

Bahan kemasan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk.

b. Warna kemasan

Warna membawa pesan khusus mengenai merk produk yang pada akhirnya menciptakan proporsi penjualan yang unik

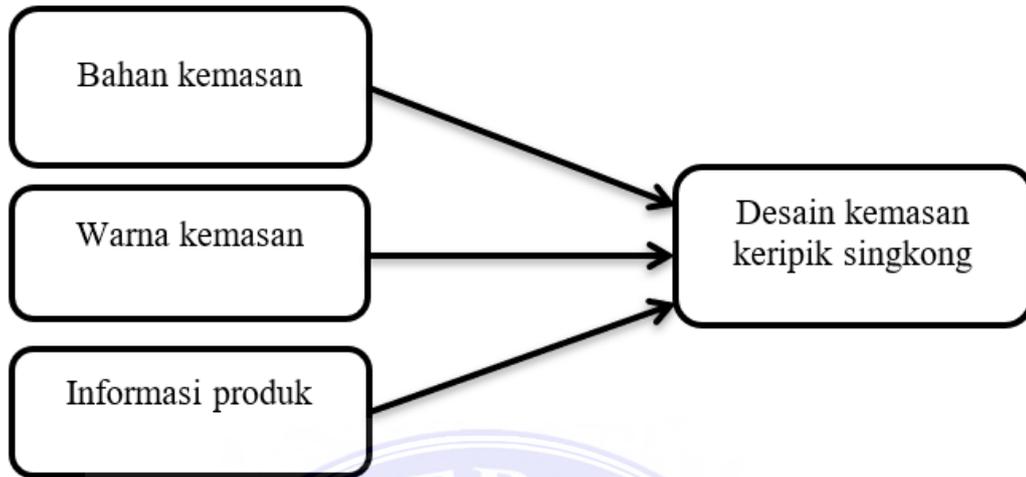
c. Informasi produk

Informasi produk dapat membantu mengetahui kandungan yang terdapat pada kripik singkong sehingga konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dengan lebih hati-hati

3.5 Kerangka Berpikir

Berdasarkan pemahaman terhadap sifat hubungan antar faktor dalam konsep metode kansei engineering (KE), maka hubungan antar faktor atau variable yang dikembangkan menjadi kerangka berpikir penelitian dapat disusun seperti gambar

3.1 dibawah ini.



Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir

Dalam kerangka berpikir ini, variabel yang mewakili pengaruh desain kemasan kripik singkong adalah bahan kemasan, warna kemasan dan informasi produk. variabel tersebut digunakan untuk memperbaiki kemasan, karena pada kemasan sebelumnya variabel tersebut belum diterapkan dengan baik, sehingga variabel tersebut nantinya akan menjadi nilai yang diterapkan pada desain kemasan baru agar lebih menarik. variabel tersebut memiliki hubungan terhadap desain kemasan kripik singkong.

Bahan kemasan adalah bahan yang digunakan untuk melindungi, mengemas, dan membungkus produk atau barang dengan tujuan untuk menjaga kebersihan, keamanan, kualitas, dan presentasi produk tersebut.

Bahan kemasan ini juga dapat membuat konsumen tertarik untuk mengkonsumsi kripik singkong karena dapat meyakinkan konsumen bahwa kripik singkong tersebut tidak ada masalah jika di lihat dari bahan yang digunakan. selain bahan kemasan, yang perlu dilihat dalam desain produk kripik singkong adalah

warna kemasan.

Warna kemasan adalah pilihan warna atau skema warna yang digunakan pada bahan kemasan produk. Pemilihan warna kemasan adalah bagian penting dari desain kemasan karena dapat memiliki dampak yang signifikan pada persepsi konsumen terhadap produk dan merek.

Warna kemasan yang dibuat pada produk kripik singkong juga sangat dibutuhkan. karena warna desain dari kemasan juga dapat menarik konsumen. serta pemilihan warna yang tepat terhadap produk juga diperlukan dalam mendesain kemasan kripik singkong. dikarenakan pemilihan warna yang tepat akan menunjukkan secara jelas identitas suatu produk kepada calon konsumen. maka dari itu warna telah menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang hendak membeli produk. selain bahan dan warna kemasan,

Informasi produk adalah semua informasi yang diberikan kepada konsumen atau pengguna potensial tentang suatu produk atau barang. Informasi produk ini bertujuan untuk membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang tepat dan memberikan pemahaman yang jelas tentang karakteristik, manfaat, dan fitur produk tersebut.

Informasi produk juga dibutuhkan dalam desain kemasan produk kripik singkong. adanya informasi produk dapat membuat konsumen paham apa dan bagaimana manfaat produk kripik singkong tersebut.

Desain kemasan kripik singkong hasil jadi dari perancangan kemasan kripik singkong sesuai hasil penelitian permintaan konsumen.

3.6 Metode Pengumpulan Data

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

1. Observasi langsung

Observasi langsung ke UKM AL Fitrah. kemudian melakukan pengamatan langsung terhadap proses produksi kripik singkong. observasi juga dilakukan untuk mencatat gambaran umum UKM.

2. Kuisisioner

Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan sebagai acuan untuk pengumpulan data yang diberikan kepada konsumen, yang berisikan tentang design kemasan yang diinginkan oleh para konsumen.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara diskusi dan tanya jawab langsung pada pekerja maupun pemilik usaha yang berkaitan dengan data penelitian yang diperlukan.

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 diferential)*.

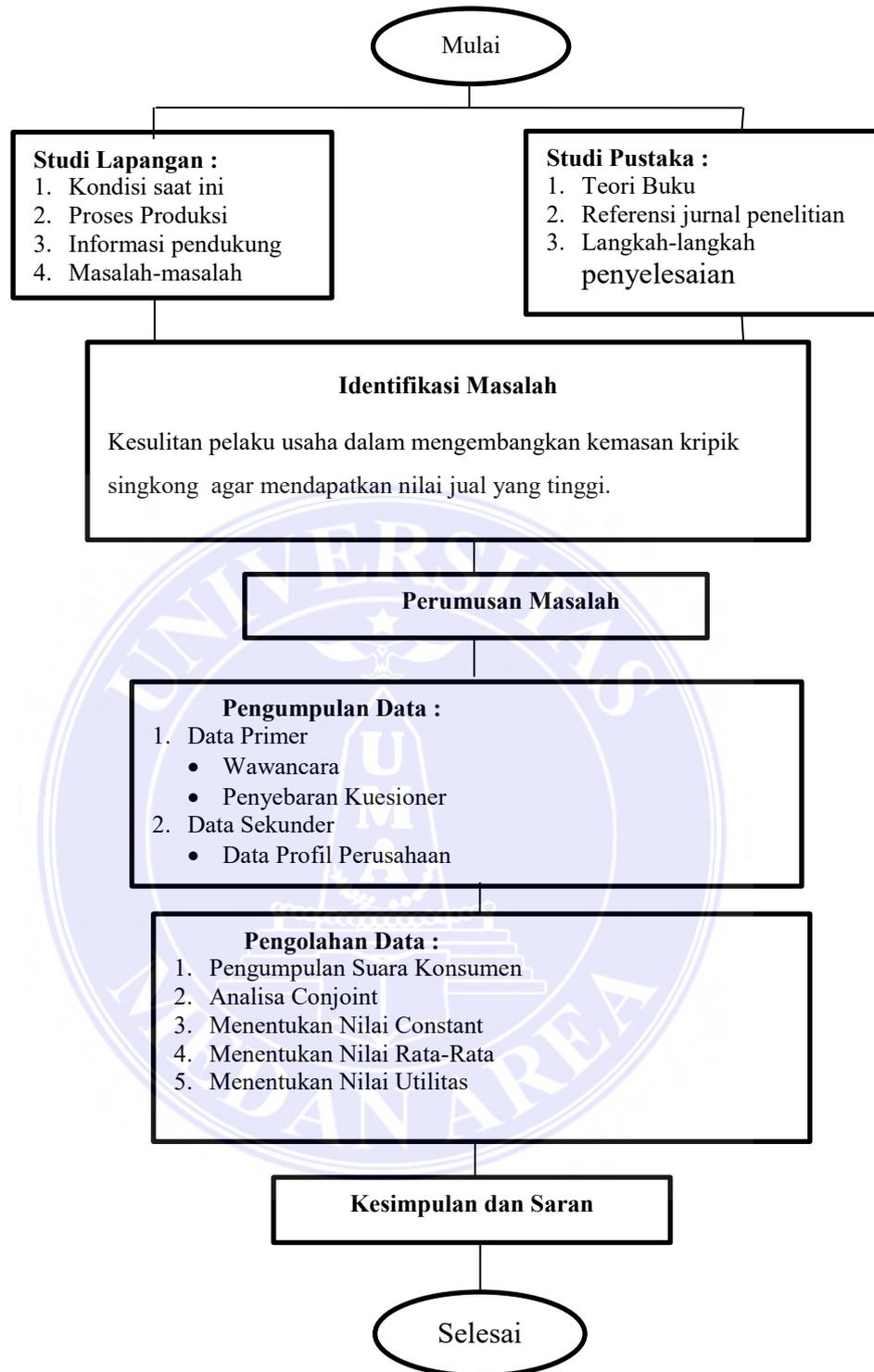
Atribut produk terpilih diperoleh berdasarkan analisis *conjoint* dengan nilai utility terbesar.

3. Penilaian tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut produk terpilih.

4. Penentuan karakteristik teknis. Karakteristik teknis produk yang telah diterjemahkan kedalam bahasa teknis diperoleh berdasarkan hasil kuesioner

karakteristik.





Gambar 3. 2 Blok Dangram Metodologi Penelitian

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. Kata kansei yang menjadi prioritas untuk perbaikan kemasan kripik singkong dari hasil penelitian adalah mewah, awet, praktis, higienis, dan menarik.
2. Hasil dari nilai rata-rata bahan kemasan kripik singkong dari kata kansei mewah adalah 4,26, kata kansei awet adalah 4,32, kata kansei praktis adalah 4,17, kata kansei higienis adalah 4,29 dan kata kansei menarik adalah 4,22..
3. Hasil dari rata-rata warna kemasan kripik singkong dari kata kansei mewah adalah 3,91, kata kansei awet adalah 4,14, kata kansei praktis adalah 4,24, kata kansei higienis adalah 4,25 dan kata kansei menarik adalah 3,95.
4. Hasil dari nilai rata-rata Informasi Produk kripik singkong dari kata kansei mewah adalah 4,15, kata kansei awet adalah 4,19, kata kansei praktis adalah 4,11, kata kansei higienis adalah 4,17 dan kata kansei menarik adalah 4,04.
5. Tingkat kepentingan dari masing-masing item yang mempengaruhi selera konsumen adalah sebagai berikut :

- a. Bahan kemasan kripik singkong adalah *aluminium foil* dengan 5 kata kansei yaitu mewah, awet, praktis, higienis, dan menarik yang memiliki nilai utility atau nilai kepuasan konsumen yaitu 1,86, 1,94, 1,99, 1,95, dan 1,84.
 - b. Warna kemasan kripik singkong adalah warna kombinasi merah-kuning dengan kata kansei yaitu mewah, awet, praktis, higienis, dan menarik yang memiliki nilai utility atau nilai kepuasan konsumen yaitu 1,98, 2,09, 1,93, 2,04, dan 2,09.
 - c. Informasi kemasan kripik singkong adalah komposisi/bahan, dengan kata kansei yaitu mewah, awet, praktis, higienis, dan menarik yang memiliki nilai utility atau nilai kepuasan konsumen yaitu 2,03, 2,07, 2,1, 1,91, dan 1,8.
3. Adapun spesifikasi kategori kemasan kripik singkong yang terpilih adalah bentuk kemasan plastik unik dengan bahan kemasan plastik, warna kemasan terpilih adalah warna kombinasi yaitu merah-kuning, ukuran yang terpilih adalah 500g, pada kemasan terdapat informasi komposisi/bahan, pada kemasan juga terdapat gambar kripik singkong.

5.2 Saran

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

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat diterapkan sehingga memiliki nilai tambah dan harga jual yang tinggi untuk produk kripik singkong.
2. Penelitian lebih lanjut disarankan menambah referensi dari atribut tentang kualitas pengemasan.

3. Pada penelitian selanjutnya perlu dilakukan adanya uji prototipe untuk menguji desain yang diusulkan



DAFTAR PUSTAKA

- Alisa, Karinta, Dkk. 2015. *Usulan Perbaikan Desain Kemasan Stick Strawberry Kencana Mas Menggunakan Metode Quality Function Deployment*. Bandung : Telkom University.
- Kottler, Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Lidyasuwanti, Adiahsari, Dkk, 2017. *Pengaruh Kemasan, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pancake Durian Sharie Radjanya Di Kota Mataram*. NTB: UNRAM.
- Nagamachi, Mitsuo dan Anitawati Mohd Lokman. 2016. *Innovations of Kansei Engineering*. Boca Raton : CRC Press : <https://www.taylorfrancis.com/books/9780429104213>
- Permadi, Dedy Teguh, Dkk. 2017. *Perancangan Desain Kemasan Makanan Ringan Olahan Pada Umkm Center Jawa Tengah Dengan Metode Kansei Engineering*. Semarang : Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro.
- 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*
- Rahardjo, Sudjadi Tjipto, and Rossa Dyana Pramusita. (2016). *Tinjauan Tampilan Visual Desain Kemasan Roti Murni di Yogyakarta*. ANDHARUPA (Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia). 2.02: 103-120.
- 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
- Susetyarsi, TH. 2012. *Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan*

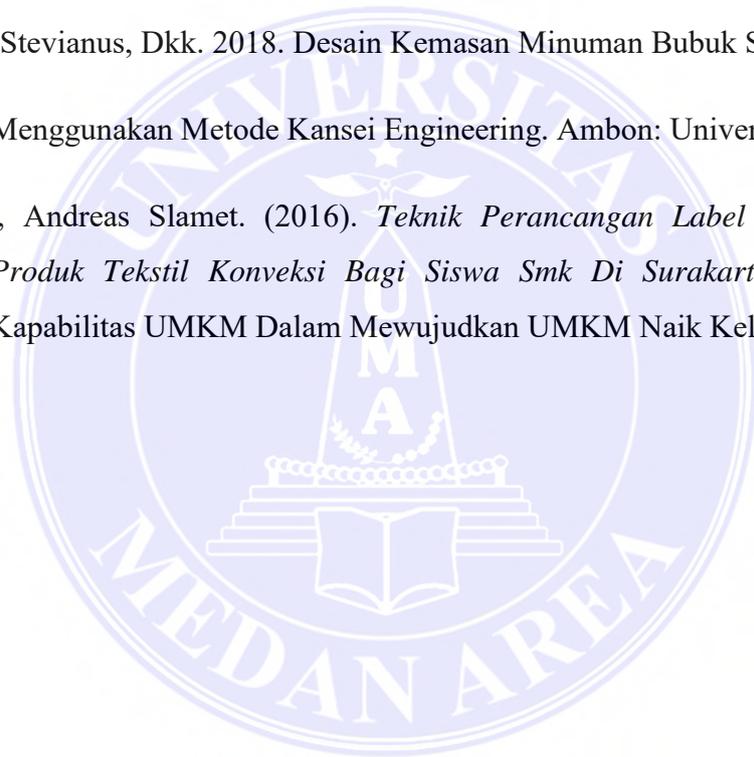
Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. Semarang: STIE.

Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Suhardi, Dadang. (2019). *Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Pada Ukm Pembuat Tape di Desa Cibereum, Kabupaten Kuningan*. Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat 2.02.

Titaley, Stevianus, Dkk. 2018. *Desain Kemasan Minuman Bubuk Sari Pala Menggunakan Metode Kansei Engineering*. Ambon: Universitas Pattimura.

Widodo, Andreas Slamet. (2016). *Teknik Perancangan Label Dan Kemasan Produk Tekstil Konveksi Bagi Siswa Smk Di Surakarta*. Peningkatan Kapabilitas UMKM Dalam Mewujudkan UMKM Naik Kelas : 386-394



Lampiran 1. Lembar Kuesioner Penelitian

“PERANCANGAN KEMASAN KERIPIK SINGKONG DENGAN METODE KANSEI ENGINEERING”

DATA RESPONDEN

Nama :

Pekerjaan :

DAFTAR PERTANYAAN

Pilih salah satu jawaban dari pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda checklist (√) pada jawaban yang menurut Anda sesuai.

Keterangan:

1. (STS) Sangat Tidak Setuju
2. (TS) Tidak Setuju
3. (RG) Ragu-Ragu
4. (S) Setuju
5. (SS) Sangat Setuju

Pertanyaan!

1. Bahan kemasan yang digunakan dalam kemasan kripik singkong terbuat dari aluminium foil?
 1. (STS) Sangat Tidak Setuju
 2. (TS) Tidak Setuju
 3. (RG) Ragu-Ragu
 4. (S) Setuju
 5. (SS) Sangat Setuju

2. Bahan kemasan yang digunakan pada klip/ziper?
 1. (STS) Sangat Tidak Setuju
 2. (TS) Tidak Setuju
 3. (RG) Ragu-Ragu
 4. (S) Setuju
 5. (SS) Sangat Setuju
3. Bahan kemasan yang digunakan pada kripik singkong berbentuk standing pouch?
 1. (STS) Sangat Tidak Setuju
 2. (TS) Tidak Setuju
 3. (RG) Ragu-Ragu
 4. (S) Setuju
 5. (SS) Sangat Setuju
4. Bahan kemasan kripik singkong yang digunakan adalah bahan tahan terhadap panas matahari?
 1. (STS) Sangat Tidak Setuju
 2. (TS) Tidak Setuju
 3. (RG) Ragu-Ragu
 4. (S) Setuju
 5. (SS) Sangat Setuju
5. Bahan kemasan yang digunakan dalam kemasan kripik singkong tidak mudah sobek?
6. Warna pada kemasan kripik singkong adalah warna kombinasi?
 1. (STS) Sangat Tidak Setuju

2. (TS) Tidak Setuju
 3. (RG) Ragu-Ragu
 4. (S) Setuju
 5. (SS) Sangat Setuju
7. Warna tulisan nama UKM pada kemasan kripik singkong berwarna merah?
1. (STS) Sangat Tidak Setuju
 2. (TS) Tidak Setuju
 3. (RG) Ragu-Ragu
 4. (S) Setuju
 5. (SS) Sangat Setuju
8. Warna tulisan informasi gizi pada kemasan berwarna hitam?
1. (STS) Sangat Tidak Setuju
 2. (TS) Tidak Setuju
 3. (RG) Ragu-Ragu
 4. (S) Setuju
 5. (SS) Sangat Setuju
9. Warna gambar kripik singkong pada kemasan kripik singkong berwarna kuning?
1. (STS) Sangat Tidak Setuju
 2. (TS) Tidak Setuju
 3. (RG) Ragu-Ragu
 4. (S) Setuju
 5. (SS) Sangat Setuju
10. Warna pada kemasan kripik singkong tidak mudah luntur?

1. (STS) Sangat Tidak Setuju
 2. (TS) Tidak Setuju
 3. (RG) Ragu-Ragu
 4. (S) Setuju
 5. (SS) Sangat Setuju
11. Informasi pabrik pada kemasan kripik singkong terdapat nama UKM?
1. (STS) Sangat Tidak Setuju
 2. (TS) Tidak Setuju
 3. (RG) Ragu-Ragu
 4. (S) Setuju
 5. (SS) Sangat Setuju
12. Informasi produk pada kemasan kripik singkong terdapat label halal?
1. (STS) Sangat Tidak Setuju
 2. (TS) Tidak Setuju
 3. (RG) Ragu-Ragu
 4. (S) Setuju
 5. (SS) Sangat Setuju
13. Informasi produk pada kemasan kripik singkong terdapat informasi gizi?
1. (STS) Sangat Tidak Setuju
 2. (TS) Tidak Setuju
 3. (RG) Ragu-Ragu
 4. (S) Setuju
 5. (SS) Sangat Setuju
14. Informasi produk pada kemasan kripik singkong terdapat expired date?

1. (STS) Sangat Tidak Setuju

2. (TS) Tidak Setuju

3. (RG) Ragu-Ragu

4. (S) Setuju

5. (SS) Sangat Setuju

15. Informasi produk pada kemasan kripik singkong terdapat variasi rasa?

1. (STS) Sangat Tidak Setuju

2. (TS) Tidak Setuju

3. (RG) Ragu-Ragu

4. (S) Setuju

5. (SS) Sangat Setuju



Lampiran 2. Responden Penelitian

Rekapitulasi Kuesioner Bahan Kemasan Keripik Singkong

No.	Mewah	Awet	Praktis	Higenis	Menarik
1	5	5	5	5	5
2	5	5	4	5	5
3	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	3
7	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5
9	5	4	5	5	4
10	4	5	4	5	5
11	4	3	4	5	4
12	5	5	5	5	5
13	4	3	3	4	4
14	5	5	5	5	5
15	5	4	5	5	4
16	4	4	4	3	4
17	4	5	5	5	5
18	5	5	5	4	4
19	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	5
21	5	5	5	5	5
22	4	4	4	4	4
23	5	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	4
26	5	5	4	5	5
27	4	4	4	4	5
28	4	4	3	4	3
29	4	4	4	3	3
30	4	4	3	4	4
31	4	4	4	4	5
32	4	4	4	4	4
33	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4

36	4	5	4	4	3
37	4	4	4	3	4
38	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4
41	1	2	1	2	1
42	5	5	5	5	5
43	4	4	4	5	4
44	5	5	5	5	5
45	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	5
47	4	4	4	4	4
48	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4
51	3	4	4	4	4
52	4	3	4	3	4
53	3	4	3	4	3
54	4	4	3	4	4
55	5	4	4	4	5
56	5	5	5	5	5
57	5	5	4	4	4
58	4	5	4	5	4
59	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5
62	5	5	4	4	4
63	4	4	4	4	4
64	4	4	3	4	4
65	5	5	4	4	4
66	4	4	5	5	3
67	5	5	5	5	5
68	4	4	4	4	4
69	3	4	4	4	4
70	5	5	5	5	5
71	4	4	4	4	4
72	5	5	4	5	5
73	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4

77	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5
79	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4
81	3	4	4	4	4
82	4	4	4	5	5
83	5	5	5	5	4
84	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5
89	4	4	3	4	4
90	5	5	4	4	4
91	1	2	1	2	1
92	4	4	4	4	4
93	3	5	4	4	4
94	4	4	5	4	4
95	4	5	4	4	4
96	4	4	3	4	4
97	5	5	5	5	5
98	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4
Jumlah	426	432	417	429	422
Nilai Modus	4	4	4	4	4
Nilai Rata-rata	4,26	4,32	4,17	4,29	4,22

Lampiran 3 Responden Penelitian

Rekapitulasi Kuesioner Penelitian Warna Kemasan Keripik Singkong

No.	Mewah	Awet	Praktis	Higenis	Menarik
1	5	5	5	5	5
2	4	4	5	5	5
3	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5
5	3	4	5	3	4

6	3	4	4	3	3
7	4	4	5	4	4
8	5	5	5	5	5
9	4	5	5	5	5
10	4	5	5	5	4
11	4	4	5	4	4
12	5	5	5	5	5
13	5	4	4	4	4
14	5	5	5	5	5
15	5	5	5	4	4
16	3	3	4	4	3
17	3	5	5	5	5
18	4	4	4	5	4
19	4	5	4	4	4
20	5	4	5	5	5
21	5	4	4	4	5
22	4	4	3	3	3
23	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5
25	2	4	4	5	3
26	5	5	5	5	4
27	3	4	3	4	3
28	2	3	4	4	3
29	2	3	3	4	3
30	3	4	3	4	3
31	4	4	5	5	4
32	3	4	4	4	4
33	5	5	5	5	5
34	3	4	4	4	4
35	2	4	4	4	2
36	4	5	4	4	5
37	3	4	4	4	4
38	3	4	5	4	3
39	4	5	5	5	4
40	3	3	4	4	4
41	1	2	1	2	1
42	5	5	5	5	3
43	4	4	4	4	4
44	5	4	4	4	5
45	3	4	4	4	3
46	3	4	3	4	3

47	4	4	4	5	4
48	5	5	5	5	4
49	4	5	5	5	5
50	4	4	5	5	5
51	3	4	4	4	3
52	3	3	3	3	4
53	4	3	4	3	4
54	4	3	3	3	4
55	5	4	5	5	5
56	4	4	4	4	4
57	3	4	4	4	4
58	5	5	4	4	4
59	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	4
61	5	5	5	5	5
62	4	4	5	5	4
63	4	5	4	4	4
64	5	5	4	5	3
65	4	4	5	5	5
66	5	5	5	4	4
67	5	5	4	5	5
68	4	4	5	4	4
69	5	4	4	4	4
70	5	5	5	5	5
71	4	3	3	4	3
72	3	4	4	4	3
73	4	4	3	4	3
74	3	4	4	4	3
75	3	4	4	4	4
76	4	4	4	4	3
77	3	5	5	5	4
78	4	4	5	5	4
79	4	4	4	4	4
80	4	4	5	5	5
81	4	3	4	4	3
82	4	4	5	4	5
83	5	5	5	4	4
84	4	4	4	4	4
85	4	4	5	4	4
86	5	4	5	4	4
87	4	4	4	4	4

88	3	4	5	5	4
89	4	4	3	4	3
90	3	4	4	4	4
91	2	1	1	2	1
92	3	4	4	4	4
93	3	3	3	4	3
94	4	3	4	3	4
95	4	4	4	4	4
96	3	3	3	4	3
97	5	5	5	4	5
98	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4
Jumlah	391	414	424	425	395
Nilai Modus	4	4	4	4	4
Nilai Rata-rata	3,91	4,14	4,24	4,25	3,95

Lampiran 3 Responden penelitian

Rekapitulasi Kuesioner Penelitian Informasi Produk Kripik Singkong

No.	Mewah	Awet	Praktis	Higenis	Menarik
1	5	5	5	5	5
2	5	5	4	5	5
3	5	5	5	5	4
4	4	5	4	5	5
5	5	4	5	4	5
6	4	4	5	5	4
7	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5
9	5	5	4	4	4
10	4	4	4	4	4
11	4	4	5	4	4
12	5	5	5	5	4
13	4	4	4	4	5
14	5	5	5	5	5
15	5	4	4	5	4
16	3	4	4	3	4

17	4	5	5	5	4
18	3	3	3	4	4
19	5	4	4	4	4
20	5	5	4	4	5
21	5	5	5	5	5
22	4	4	4	5	5
23	5	5	4	4	4
24	5	5	5	5	5
25	3	4	3	4	3
26	4	4	5	4	4
27	3	4	4	4	3
28	4	2	3	4	3
29	3	4	4	4	2
30	4	4	5	5	5
31	5	4	5	5	5
32	3	4	3	3	4
33	5	5	5	5	4
34	3	4	3	4	3
35	4	4	2	4	4
36	5	4	4	5	4
37	4	4	3	4	4
38	4	4	3	3	3
39	4	5	4	4	4
40	4	4	3	3	4
41	2	1	1	2	1
42	5	5	5	5	5
43	4	5	4	4	5
44	5	5	5	5	5
45	4	4	3	4	3
46	5	4	5	5	4
47	4	4	4	4	4
48	5	5	5	5	4
49	5	5	5	5	5
50	3	4	3	4	4
51	3	3	3	4	4
52	3	4	3	3	5
53	3	4	4	4	4
54	5	4	5	5	4
55	4	4	4	4	3
56	4	4	4	4	3
57	3	4	4	4	4

58	4	4	4	4	5
59	5	5	5	5	4
60	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5
62	5	4	4	4	5
63	4	4	5	4	4
64	4	5	4	3	4
65	5	5	5	5	4
66	4	4	5	5	5
67	5	5	5	5	4
68	4	4	4	4	4
69	4	3	4	3	5
70	5	5	5	5	4
71	4	3	4	3	4
72	5	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4
74	3	4	3	3	3
75	4	4	5	5	4
76	4	4	4	3	4
77	4	5	5	5	4
78	4	4	4	4	4
79	5	4	4	4	4
80	4	4	5	4	4
81	4	4	5	5	5
82	5	5	5	5	5
83	4	4	5	4	3
84	4	4	4	4	4
85	4	4	3	3	3
86	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4
88	5	5	4	4	4
89	4	4	3	4	3
90	3	4	4	4	3
91	1	2	2	1	2
92	4	3	3	3	4
93	4	4	3	3	3
94	3	4	4	4	4
95	4	4	4	5	5
96	3	3	3	3	3
97	5	5	5	5	4
98	4	4	4	4	3

99	5	5	4	4	5
100	4	4	4	4	3
Jumlah	415	419	411	417	404
Nilai Modus	4	4	4	4	4
Nilai Rata-rata	4,15	4,19	4,11	4,17	4,04



ace journal
11/11/2023



Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Elektro (JITEK), 1(1) 2020: 106-111,

DOI:

Jurnal Ilmiah Teknik Mesin dan Industri (JITMI)

Available online <http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jitmi>

Diterima: 11 Januari 2020; Disetujui: 11 Februari 2020; Dipublish: 11 Maret 2020

Perancangan Kemasan Kripik Singkong Di UKM AL Fitrah Dengan Metode Kansei Engineering

Cassava Chips Packaging Design at UKM AL Fitrah Using the Kansei Engineering Method

Yasep Kurniawan Situmorang¹⁾, Dr.Ir.Hj. Haniza M.T²⁾, Sutrisno S.T. M.T³⁾*

Abstrak

UKM AL Fitrah merupakan usaha pembuatan keripik singkong. UKM AL Fitrah berlokasi di Jalan Panglima Denai Gang Hasibuan NO. Amplas 50 Medan, Medan. Kemasan yang digunakan UKM AL Fitrah adalah plastik transparan polos dan kertas yang ditempelkan pada kemasan sebagai merk dagang dengan bentuk yang tidak menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan kata kansei (keinginan) yang mempengaruhi desain kemasan yang diinginkan konsumen, menentukan tingkat kepentingan setiap atribut yang mempengaruhi selera konsumen dan menghasilkan spesifikasi kategori kemasan dan desain kemasan miss chips dengan menggunakan metode kansei engineering. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode survei yaitu cara pengambilan sampel dengan kuesioner sebagai alat penelitian pada suatu populasi dan hanya 100 responden yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa spesifikasi kategori kemasan keripik singkong terpilih adalah kemasan standing pouch dengan kemasan aluminium foil, warna kemasan cerah, ukuran kemasan sedang dengan berat 500g, dan panjang 16cm x 24cm dengan kemasan persegi, petunjuk informasi produk dan foto. keripik singkong.

Kata kunci: Pengemasan, Perbaikan Pengemasan, *Kansei Engineering*

Abstract

UKM AL Fitrah is a business of making cassava chips. UKM AL Fitrah is located Jalan Panglima Denai Gang Hasibuan NO. 50 Medan Sandpaper, Medan. The packaging used by UKM AL Fitrah is plain transparent plastic and paper attached to the packaging as a trademark with an unattractive shape. This study aims to produce the word kansei (desire) which influences the packaging design that consumers want, determine the level of importance of each attribute that affects consumer tastes and produce packaging category specifications and packaging design for miss chips using the kansei engineering method. The sample used in this study used a survey method, which is a way of taking samples with a questionnaire as a research tool in a population and only 100 respondents were studied. The results showed that the specifications for the selected cassava chip packaging categories were standing pouch packaging with aluminum foil packaging, bright packaging color, medium packaging size weighing 500g, and 16cm x 24cm long with square packaging, product information instructions and photographs. cassava chips.

Keywords: Packaging, Packaging Repair, *Kansei Engineering*.

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki peranan penting di dalam perekonomian di Indonesia. hal ini karena besarnya lapangan kerja yang dapat disediakan sektor ini. dalam pemasaran sebuah produk yang semakin hari semakin berkembang, dimana tiap-tiap UKM bersaing mengembangkan produknya agar dapat menjadi yang terbaik dan mendapat profit yang lebih. Suatu UKM memerlukan suatu strategi yang tepat dan efektif untuk tetap bertahan meningkatkan volume penjualan dan menarik pelanggan sebanyak-banyaknya terhadap barang yang diproduksinya.

Kemasan menjadi salah satu cara untuk menghadapi persaingan karena dengan desain kemasan yang menarik akan membuat konsumen memilih produk yang ditawarkan. kemasan yang diharapkan adalah kemasan yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memenuhi selera konsumen, serta kemasan bisa menjadi kemasan yang jauh lebih baik lagi karena di desain berdasarkan atribut keinginan konsumen. kemasan juga digunakan perusahaan selain untuk menarik pelanggan baru juga untuk membuat differensiasi atau perbedaan dengan produk yang lain sebagai identitas dan ciri sebuah produk. (Lidyasuwanti, et al 2017).

Salah satu UKM di Kota Medan yang memproduksi kripik singkong yaitu UKM AL Fitrah. pada awalnya UKM AL Fitrah sudah berjalan dengan membuka usaha kecil-kecilan pada tahun 2018, namun sejak saat itu UKM AL Fitrah tidak melakukan banyak perkembangan, dikarenakan kemasan yang digunakan hanya dikemas dengan plastik bening tembus pandang. kemasan yang seperti ini sudah sangat umum digunakan pada kemasan kripik singkong sehingga kripik singkong milik UKM AL Fitrah terlihat biasa saja dan terlihat sederhana, serta tidak memiliki perbedaan dengan kemasan kripik singkong lainnya.

Bahan kemasan kripik singkong pada saat ini di UKM AL Fitrah terbuat dari plastik yang tipis, mudah sobek dan pengemasannya masih menggunakan tradisional sehingga keripik singkong tidak dapat bertahan lama dan membuat konsumen kurang tertarik. warna kemasan kripik singkong pada saat ini di UKM AL Fitrah hanya berwarna putih bening dan tidak menarik perhatian konsumen sehingga membuat daya tarik beli konsumen kurang. Informasi produk pada kemasan kripik singkong pada saat ini di UKM AL Fitrah tidak ada tertera dalam kemasan kripik singkong. peran informasi produk pada kemasan kripik singkong sangat memiliki peran yang sangat penting, dengan adanya informasi produk pada kemasan kripik singkong dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dengan lebih hati-hati.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mendesain kemasan kripik singkong di UKM AL Fitrah, agar nantinya kemasan yang menarik bisa membuat persepsi yang berbeda atas sebuah produk yang akan berujung pada pembelian dan dapat memperoleh kesuksesan dalam penjualan. dalam merancang desain kemasan kripik singkong ada beberapa metode yang dapat digunakan. salah satu metode yang dapat digunakan untuk perbaikan desain kemasan adalah *Kansei Engineering*. dan dalam penelitian ini akan digunakan metode tersebut untuk merancang desain kemasan berdasarkan item-item kansei yang diinginkan oleh konsumen.

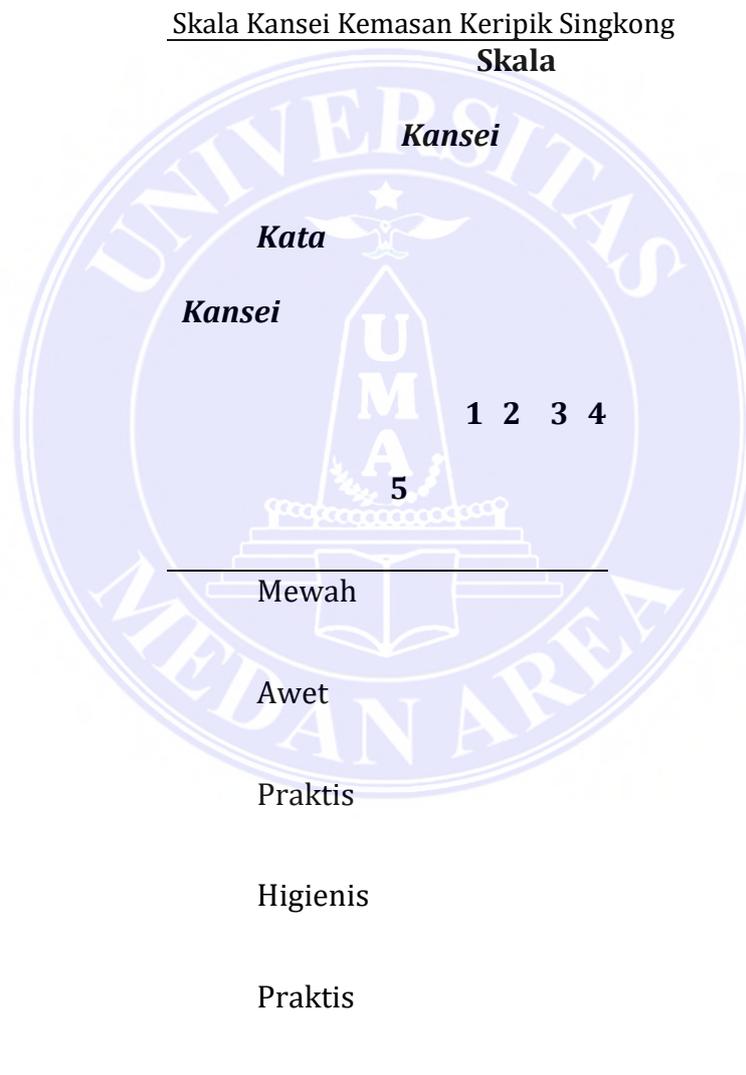
METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner, yaitu kuesioner pendahuluan, kuesioner terbuka, dan kuesioner kansei. pada kuesioner kansei menggunakan skala semantic differential yang terdiri dari 7 titik dengan kansei positif dan kansei negatif. penelitian ini dilaksanakan mulai pada Agustus 2022 sampai dengan bulan September 2022. pada penelitian ini menggunakan metode Kansei Engineering untuk mengetahui atribut keinginan yang diinginkan oleh konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

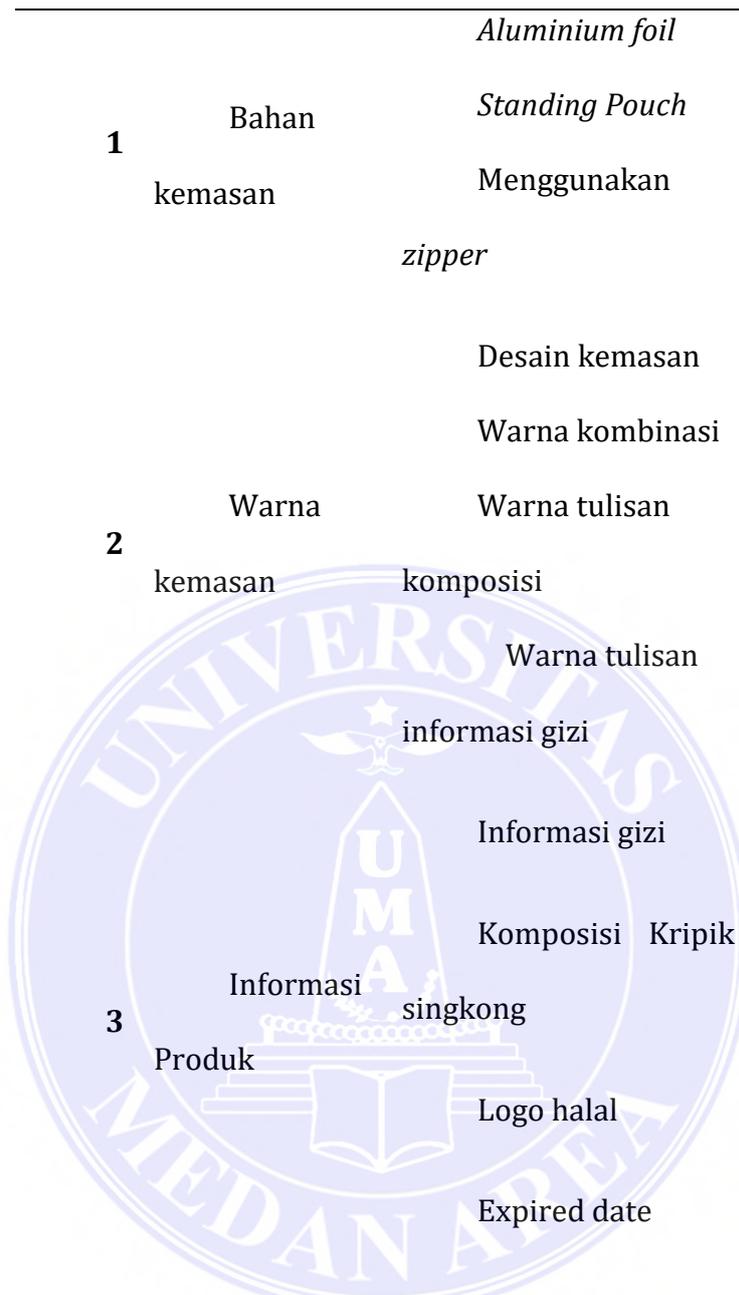
Penetapan Skala Kansei Dari Kata Kansei

Skala kansei menggunakan skala semantic diferensial. dimana pada penelitian ini digunakan skala bipolar 5 titik yang terdiri dari kata kansei positif dan dan kata kansei negatif. skala kansei pada penelitian inidiuraikan pada tabel berikut:



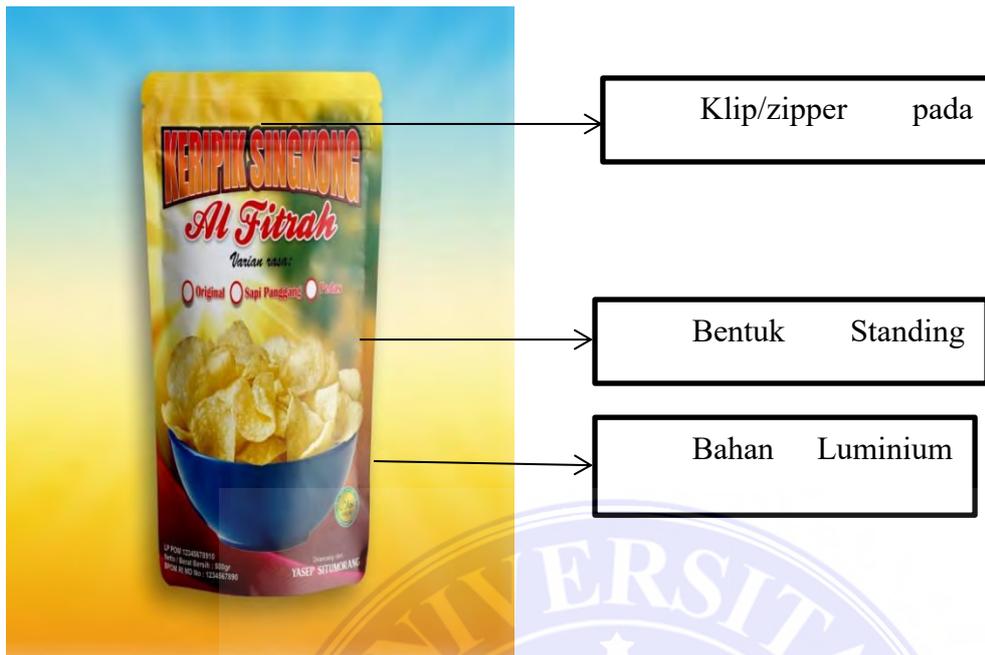
Aribut Desain kemasan keripik Singkong

Tabel 4. Spesifikasi Kategori Kemasan Keripik Singkong Terpilih



Adapun hasil desain kemasan keripik singkong di UKM AL Fitrah berdasarkan keinginan konsumen dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4 Desain Bahan Kemasan Kripik Singkong



Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan Rata-rata Penelitian Kemasan Keripik Singkong

Atribut	Mewah	et	wet	et	raktis	et	igienis	et	enarik	et
Bahan Kemasan	4,26	B	4,32	B	4,17	B	4,29	B	4,22	B

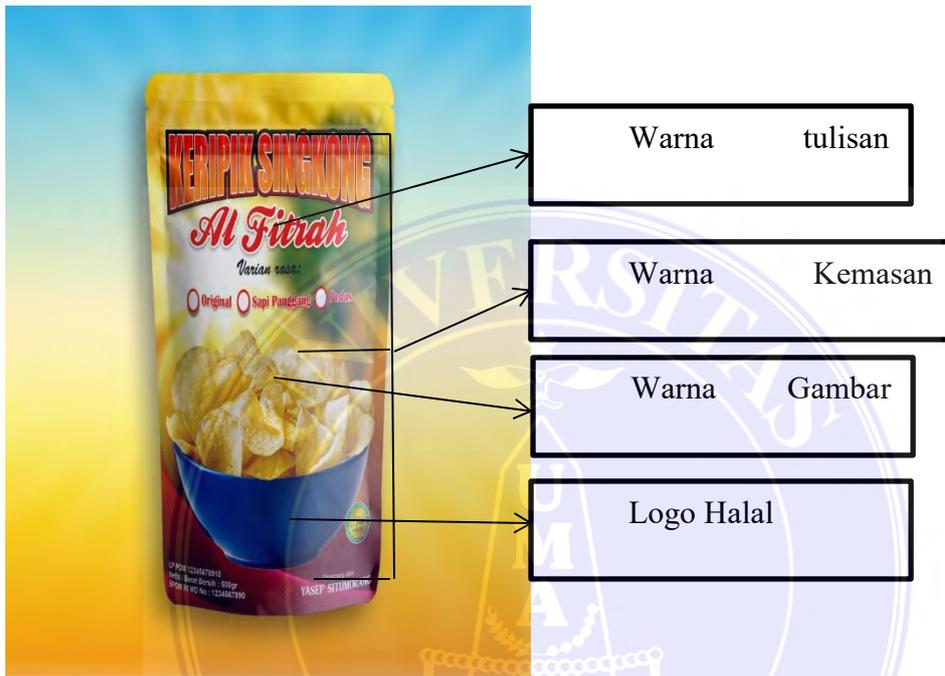
Tabel Hasil Nilai Utilitas Kuesioner Penelitian Kemasan Kripik

Atribut	Mewah	et	wet	et	raktis	et	igienis	et	enarik	et
Bahan Kemasan	0,86		0,94	B	0,99	B	0,95	B	0,84	

Tabel Modus Untuk Atribut dan Kategori Kemasan Keripik Singkong

Atribut	Mewah	et	wet	et	raktis	et	igienis	et	enarik	et
Bahan Kemasan	4	B	4	B	4	B	4	B	4	B

Gambar 5 Desain Warna kemasan kripik singkong



Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan Rata-rata Penelitian Kemasan Keripik Singkong

Atribut	Mewah	et	wet	et	raktis	et	igienis	et	enarik	et
Bahan Kemasan	91,3		14,4	B	24,4	B	25,4	B	95,3	

Tabel Hasil Nilai Utilitas Kuesioner Penelitian Kemasan Kripik

Atribut	Mewah	et	wet	et	raktis	et	igienis	et	enarik	et
Bahan Kemasan	98,1	B	09,2	B	93,1	B	04,2	B	09,2	B

Tabel Modus Untuk Atribut dan Kategori Kemasan Kripik Singkong

Atribut	Mewah	Netral	Awet	Praktis	Higienis	Menarik
Bahan Kemasan	4 B	4 B	4 B	4 B	4 B	4 B



Gambar Desain Informasi Produk kemasan kripik singkong



Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan Rata-rata Penelitian Kemasan Keripik Singkong

Atribut	Mewah	et	wet	et	raktis	et	igienis	et	enarik	et
Bahan Kemasan	15	4, B	,19	4 B	,11	4 B	17	4, B	04	4, B

Tabel Hasil Nilai Utilitas Kuesioner Penelitian Kemasan Kripik

Atribut	Mewah	et	wet	et	raktis	et	igienis	et	enarik	et
Bahan Kemasan	03	2, B	,07	2 B	,1	2 B	91	1, B	8	1, B

Tabel Modus Untuk Atribut dan Kategori Kemasan Keripik Singkong

Atribut	Mewah	et	wet	et	raktis	et	igienis	et	enarik	et
Bahan Kemasan	4	B	4	B	4	B	4	B	4	B



SIMPULAN

Kesimpulan yang di peroleh berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data serta tujuan penelitian yaitu:

1. Kata kansei yang menjadi prioritas untuk perbaikan kemasan kripik singkong dari hasil penelitian adalah mewah, awet, praktis, higienis, dan menarik
2. Tingkat kepentingan dari masing-masing item yang mempengaruhi selera konsumen adalah sebagai berikut :
 - a. Bahan Kemasan
 - Aluminium foil
 - Standing pouch
 - Menggunakan zipper
 - b. Warna Kemasan
 - Desain kemasan
 - Warna tulisan komposisi
 - Warna tulisan informasi gizi
 - c. Informasi Produk
 - UKM AL Fitrah
 - Informasi gizi
 - Expired date
 - Logo halal

DAFTAR PUSTAKA

- Alisa, Karinta, Dkk. 2015. *Usulan Perbaikan Desain Kemasan Stick Strawberry Kencana Mas Menggunakan Metode Quality Function Deployment*. Bandung : Telkom University.
- Kotler, Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Lidyasuwanti, Adiahsari, Dkk, 2017. *Pengaruh Kemasan, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pancake Durian Sharie Radjanya Di Kota Mataram*. NTB: UNRAM.
- Nagamachi, Mitsuo dan Anitawati Mohd Lokman. 2016. *Innovation of Kansei Engineering*. Boca Raton : CRC Press : <https://www.taylorfrancis.com/books/9780429104213>
- Permadi, Dedy Teguh, Dkk. 2017. *Perancangan Desain Kemasan Makanan Ringan Olahan Pada Umkm Center Jawa Tengah Dengan Metode Kansei Engineering*. Semarang : Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro.
- 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*

Rahardjo, Sudjadi Tjipto, and Rossa Dyana Pramusita. (2016). *Tinjauan Tampilan Visual Desain Kemasan Roti Murni di Yogyakarta*. ANDHARUPA (Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia). 2.02: 103-120.

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

Susetyarsi, TH. 2012. *Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang*. Semarang: STIE.

Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Suhardi, Dadang. (2019). *Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Pada Ukm Pembuat Tape di Desa Cibeureum, Kabupaten Kuningan*. Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat 2.02.

Titaley, Stevianus, Dkk. 2018. *Desain Kemasan Minuman Bubuk Sari Pala Menggunakan Metode Kansei Engineering*. Ambon: Universitas Pattimura.

Widodo, Andreas Slamet. (2016). *Teknik Perancangan Label Dan Kemasan Produk Tekstil Konveksi Bagi Siswa Smk Di Surakarta*. Peningkatan Kapabilitas UMKM Dalam Mewujudkan UMKM Naik Kelas : 386-394..

