

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kemasan produk adalah wadah atau pembungkus yang berguna untuk mencegah atau meminimalisir terjadinya kerusakan pada barang yang dikemas atau dibungkusnya. Sedangkan definisi pengemasan adalah suatu proses memberi wadah atau pembungkus kepada suatu produk. Pengertian kemasan juga dapat diartikan sebagai suatu sistem yang disusun sedemikian rupa untuk mempersiapkan barang/produk agar dapat didistribusikan, dijual, disimpan, dan digunakan. Aspek kemasan yang baik yang harus diperhatikan dalam kemasan yaitu keamanan, komunikasi, ergonomis, estetika, dan identitas. Di era saat ini kemasan tidak hanya berfungsi untuk menjaga produk tetapi juga sebagai alat pemasaran yang sangat penting. Pelanggan akan lebih cenderung membeli kemasan yang terlihat bagus dan bermanfaat, Kemasan memiliki berbagai macam fungsi, seiring berkembangnya waktu, hal itu mengakibatkan semakin meningkat pula penggunaan kemasan oleh masyarakat, dan membuat fungsi dari kemasan tidak hanya sebagai wadah bahan makanan namun lebih dari itu dengan fungsi distribusi, ergonomi, keindahan dan ciri khas dari sebuah produk untuk menciptakan atau melakukan perancangan sebuah produk kemasan kita memerlukan beberapa tahapan dalam sebuah perancangan (Semaryani *et al*, 2023).

Perencanaan adalah kegiatan awal dari satu rangkaian dalam proses pembuatan produk. Dalam tahap perancangan tersebut dibuat keputusan-keputusan penting yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan lain yang menyusunya, sebelum produk dibuat haruslah di rancang terlebih dahulu Tahapan dalam melakukan perancangan ataupun pengembangan suatu desain kemasan suatu produk memiliki tahapan-tahapan yang harus dilakukan, identifikasi kepuasan dari pelanggan merupakan hal yang terpenting dalam perancangan, hal ini berfungsi untuk mengetahui kebutuhan dari pelanggan kebutuhan tersebut dikomunikasikan oleh tim pengembang sehingga didapatkan produk yang ingin dikembangkan (Arif, 2016).

Asadori merupakan usaha yang bergerak dalam dunia kuliner tradisional pusat oleh-oleh kue sapik yang sudah berdiri dari 1999 yang memproduksi kue sapik dengan berbagai macam varian rasa seperti durian, pulut putih, kacang, dan pisang. Asadori ini berlokasi di jalan raya Bukittinggi-Payakumbuh, Biaro, Kecamatan Ampek Angkek, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Dalam pengemasan produk kue sapik ini menggunakan plastic transparan dan diberi merek produk tersebut, berikut merupakan contoh dari kemasan kue sapik Asadori:



Gambar 1.1 Gambar Kemasan Kue Sapik Asadori  
(Sumber: Penulis,2023)

Hasil penyebaran kuesioner kepada beberapa konsumen dan orang sekitar, kue sapik Asadori ini terdapat beberapa kekurangan dalam kemasan produk ini, berikut beberapa poin yang didapat dari pendapat konsumen sebagai berikut:

Tabel 1.1 Hasil Kuesioner Konsumen

No	Kekurangan Menurut Konsumen
1	Tampilan kemasan biasa = 72%
2	Pasaran = 60%
3	Kekuatan kemasan = 92%
4	Informasi Produk = 36%
5	Bahan kemasan produk = 84%
6	Ketahanan kemasan menjaga kualitas produk = 84%
7	Kemasan plastik bening = 80 %

Sumber: Data Peneliti

Adapun hasil dari tabel diperoleh dari hasil jumlah orang yang tidak suka dibagi dengan jumlah responden (25 orang) dan dikali 100. Untuk bagian tampilan

kemasan biasa terdapat 72%, pada bagian kemasan yang pasaran terdapat 60%, pada kekuatan kemasan terdapat 92%, pada informasi produk terdapat 36%, pada bahan kemasan terdapat 84% Pada ketahanan kemasan menjaga kualitas produk terdapat 84%, dan pada kemasan plastik bening terdapat 80% konsumen yang tidak suka. Nilai tertinggi di dapat pada kekuatan kemasan yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli karena produk ini mudah pecah (rapuh).

Pengembangan atau perancangan desain kemasan dapat dilakukan dengan menggunakan metode kano. dalam penelitian terdahulu Menurut Silvia *et al*, (2021); (Putry *et al*, 2022); Pelanggan terhadap mahasiswa FST karena nilai kepuasan dari ke lima dimensi tersebut kecil dari satu ( $Q < 1$ ) maka dari itu di perlukannya rancangan rekomendasi perbaikan terhadap pelayanan akademik FST. Sedangkan ini menunjukkan 3 faktor yang harus di ubah untuk meningkatkan pelayanan yaitu harus terdapatnya ruangan yang wangi, atribut karyawan harus lengkap dan siaga membantu para konsumen. dan menurut Soenandi *et al*, (2021) metode Kano diperoleh hasil bahwa terdapat perbedaan rata-rata dan varians, sehingga peneliti sepakat untuk tidak menggunakan metode kano sebagai metode untuk menentukan model yang tepat. Kartika *et al* (2021) Model Kano dapat digunakan untuk memberikan kategorisasi atribut dari produk atau jasa berdasarkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Atribut tersebut dapat dibedakan menjadi beberapa kategori. Dalam Yuliansyah *et al* (2020) untuk meningkatkan kualitas pelayanan atribut yang menjadi prioritas yang perlu ditingkatkan dalam Perusahaan ini adalah kerapian penampilan karyawan. Dan saran pemberian training *soft skill*, *hard skill* yang bisa menunjang kecepatan pelayanan (*responsiveness*).

Dalam Sanjit *et al* (2020) mengklasifikasi atribut menjadi must-be, kualitas suatu dimensi, kualitas menarik, dan kualitas terbalik terhadap sebuah kemasan. Menurut malik *et al* (2020) Keunggulan dalam persaingan dipandang penting untuk menarik perhatian pelanggan. Memahami kebutuhan pelanggan dengan demikian dapat dipandang sebagai sumber keunggulan kompetitif yang penting. Dalam Bota *et al* (2021) atribut bahan kemasan tertentu berpengaruh terhadap pilihan produk konsumen. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang tergolong

menarik atau satu dimensi mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Dalam Fratea *et al* (2020) dengan menggunakan metode kano pelanggan memberi tahu perusahaan persepsi mereka, secara umum, terhadap produk dan fitur apa yang mereka anggap perlu ditingkatkan. Informasi ini dikumpulkan melalui survei dan kontak langsung dengan pelanggan. Wibisono *et al* (2022) Menunjukkan bahwa dalam membuat kemasan yang inovatif perlu diperhatikan beberapa hal yaitu; bahan kemasan, penggunaan kata-kata, logo yang sesuai, tata letak, gambar dan warna, serta estetika.

Setiawaan *et al* (2020) Didapatkan hasil barang *reject* akibat dari cacat kemasan seperti dari ketebalan dan pencetakan kemasan. Dalam Tjahono *et al* (2023) Dengan pengembangan produk lokal dapat memberikan daya tarik tersendiri dan sebagai media promosi atau kampanye yang baik untuk lingkungan. Dalam Nurjihan *et al* (2023) Perancangan packaging atau kemasan cookies yang didasari pada ketertarikan dan kemudahan bagi para konsumen pembeli Cookies, dan juga penggunaan plastic pada penjualan tersebut dapat mengurangi tingkat ramah lingkungan. Dalam Riansyah *et al* (2022) bahwa bahaya penggunaan polisterina busa sebagai kemasan.

Laricha *et al* (2022) terdapat peningkatan kualitas produksi kaos cotton combed setelah dilakukannya implementasi usulan perbaikan pada tahap sebelumnya. Nugroho *et al* (2020) Hasil diagram pareto menunjukkan *reject* yang memberikan kontribusi terbesar adalah kotor pada proses pencetakan, ketebalan dan kerut pada proses laminasi kemasan, serta kendor pada proses slitting. Tran (2020) PDCA merupakan metode yang efektif untuk mengatasi masalah kerusakan produk akibat bahan dan teknik pengemasan yang tidak tepat. Dalam Pratama *et al* (2022) Identitas perusahaan sangat berpengaruh dalam kegiatan promosi suatu bisnis, karena karakteristiknya yang mudah diingat dan memberikan persepsi positif bagi konsumen.

Dari hasil penelitian terdahulu dapat dilihat bahwa metode kano dapat digunakan untuk melakukan perancangan ulang kemasan, meningkatkan kualitas pelayanan. Dan metode 5W+1H dapat digunakan untuk mengetahui pendapat konsumen dalam peningkatan sebuah produk berdasarkan keinginan konsumen.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan perancangan ulang kemasan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen kue sapik Asadori.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dengan melihat situasi pasar maka penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah terhadap kemasan kue sapik seperti tampilan kemasan biasa, bentuk kemasan yang pasaran, kekuatan kemasan yang buruk, Informasi produk yang terlalu betumpuk, bahan kemasan yang lunak, ketahanan kemasan menjaga kualitas produk, kemasan plastik bening.

## **1.3 Batasan Masalah**

Pada penelitian ini adanya batasan masalah sehingga pembahasan pada penelitian ini memiliki batasan-batasan yang jelas. Oleh karena itu di tetapkan beberapa batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada perancangan kemasan ulang di UMKM kue sapik Asadori menggunakan metode Kano untuk mengukur seberapa baik produk dapat memuaskan pelanggan.
2. Penelitian ini melihat respon dari konsumen menggunakan pendekatan 5W+1H untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan terhadap kemasan produk kue sapik Asadori terhadap rancangan kemasan baru.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas dapat dilihat rumusan masalah dibawah ini sebagai berikut:

1. Bagaimana rancangan kemasan kue sapik dengan metode Kano di UMKM Asadori?
2. Bagaimana perancangan ulang kemasan kue sapik Asadori ini sudah sesuai dengan identitas dan keinginan konsumen dengan metode 5W1H?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai dalam perancangan ulang kemasan kue sapik Asadori adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui rancangan kemasan kue sapik Asadori dengan metode kano.
2. Menentukan perancangan ulang kemasan kue sapik Asadori ini sudah sesuai dengan identitas dan keinginan konsumen dengan metode 5W+1H.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian bagi mahasiswa, universitas, dan pelaku usaha adalah sebagai berikut

1. Bagi mahasiswa
  - a. Mahasiswa dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat dari bangku perkuliahan dalam penerapan kerja nyata.
  - b. Mahasiswa dapat mengidentifikasi potensi atau masalah yang terdapat dari sebuah produk yang menjadi alasan seorang konsumen dalam pembelian.
2. Bagi Universitas
  - a. Menambah referensi ilmu pengetahuan pada universitas terkait pengembangan produk.
  - b. Menjadikan sebagai literatur universitas sebagai bahan pembelajaran mahasiswa lainnya.
3. Bagi pelaku usaha
  - a. Mengetahui permasalahan apa yang terdapat pada produk mereka.
  - b. Menjadikan hasil penelitian sebagai pedoman dalam pengembangan produk mereka.
4. Bagi ilmu pengetahuan
  - a. Tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi sumber masukan atau menambah ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan metode kano dan metode 5W+1H. sehingga metode ini akan lebih banyak dipelajari dan diketahui oleh berbagai kalangan.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan tugas Akhir ini dilakukan dengan sistematika penulisan yang bertujuan agar dapat memudahkan penulis dalam penyusunan laporan, Sistematika penulisan dapat dilihat dibawah ini:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian serta sistematika penulisan yang digunakan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas semua teori serta prinsip dasar berkaitan dengan masalah Desain produk, dan metode-metode Kano dan 5W+1H, serta penelitian terdahulu untuk menunjang pemecahan masalah tersebut.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang objek penelitian, waktu dan tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengolahan data serta memuat bagan alir metodologi yang digunakan bertujuan agar penelitian yang dilakukan dapat terarah.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas mengenai hasil pengujian data dan pembahasan, sehingga dapat memperoleh hasil penelitian dan kesimpulan

### **BAB V PENUTUP**

Berisini tentang kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian yang telah dilakukans

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN