

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberi kontribusi yang cukup besar bagi Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), kontribusi terbesar UMKM terhadap PDB berasal dari subsektor ekraf, yakni kuliner sebesar 41,40 persen, fesyen sebesar 18,01 persen, dan kriya (labeling, packaging) sebesar 15,40 persen. Sementara kontribusi UMKM terhadap PDB meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen dalam lima tahun terakhir. Namun demikian, masih banyak pengusaha mikro yang belum bisa naik kelas dan meningkatkan penjualan karena pengemasan produk yang kurang baik (<https://m.medcom.id/amp/3NOB2Q3K-kemasan-yang-baik-buat-umkm-naik-kelas>).

Minimnya informasi tentang pentingnya peran kemasan terhadap pemasaran produk, menjadi salah satu alasan banyaknya produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang masih susah untuk bersaing secara global. Masih ada sebagian pelaku UMKM yang tidak memperhatikan kemasan yang dibuat, sehingga produk tersebut tidak memiliki nilai jual lebih dimata konsumen. Ketatnya persaingan pasar juga mengakibatkan banyaknya produk UMKM kurang laku karena memiliki desain kemasan yang tidak menarik (<https://mnews.co.id/read/berita-lainnya/pentingnya-kemasan-produk-bagi-umkm-dalam-berdaya-saing-global/>).

Selain itu masih banyak ditemukan sejumlah produk makanan dan minuman yang memiliki kemasan tidak sesuai dengan standar bahkan dibawah standar yang telah

ditentukan. Salah contohnya di label makanan tidak ada tanggal kadaluwarsanya. Padahal pembuatan label pada kemasan ini sudah diatur dalam Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan dijelaskan bahwa setiap pangan olahan yang diperdagangkan dalam kemasan wajib mencatumkan label yang harus memuat keterangan paling sedikit mengenai nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi, halal bagi yang dipersyaratkan, tanggal dan kode kadaluwarsa, nomor izin edar, dan asal usul bahan pangan tertentu. Adanya kemasan yang menarik dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan pembeli, produk unggulan akan dapat menembus pasar yang lebih luas. Untuk itu perbaikan desain produk berbasis kemasan diperlukan agar dapat memperluas pemasaran dan menjadikan nilai lebih dimata konsumen.

Desain produk (*Product Design*) yaitu menetapkan jenis bahan yang lebih baik digunakan untuk membuat suatu produk, menentukan standar dan batas toleransi serta dimensinya, menggambarkan penampilan produk, sekaligus menetapkan standar kinerja produk yang bersangkutan (Mulia, 2018). Maka dari itu peran kemasan sangat diperlukan akan suatu produk. Kemasan didefinisikan sebagai wadah untuk suatu produk, yang meliputi warna, pelabelan, bentuk, desain, dan bahan yang digunakan, dengan fungsi utama untuk melindungi produk terhadap potensi kerusakan selama penanganan, transportasi, penyimpanan, dan operasi (Seyedsalehi, 2015). Menurut Mukhtar & Nurif (2015) kemasan yang baik adalah kemasan yang dapat melindungi isi produk dengan maksimal dan mampu menyediakan informasi lengkap tentang

produk bagi konsumen. Kemasan memiliki peran penting dalam komunikasi pemasaran, terutama dari segi penjualan dan dapat dianggap sebagai salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen disamping fungsinya dalam menjamin keamanan produk, sebab kemasan harus menarik perhatian konsumen dan memberikan nilai produk yang cukup kepada konsumen dalam waktu singkat tepat dimana produk tersebut diperjual belikan (Suryani & Yulius, 2017).

Untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian kembali, perusahaan juga harus mendesain kemasannya agar lebih menarik. Desain kemasan adalah rancangan suatu kemasan untuk suatu produk sebagai upaya peningkatan dan syarat produksi untuk mendukung pemasaran. Rancangan tersebut merupakan gabungan dari bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen elemen desain lainnya dengan informasi produk (Kusumasari & Supriono, 2017). Desain kemasan yang baik tidak hanya menarik bila dipajang di rak penjualan, tetapi juga dapat meyakinkan konsumen untuk membeli, karena desain kemasan merupakan salah satu strategi perusahaan untuk dapat melakukan persaingan dalam dunia bisnis dan dapat menciptakan citra merek dalam benak konsumen yang bertujuan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya sehingga konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut (Dhameria, 2014).

Quality Function Deployment (QFD) merupakan suatu perangkat manajemen dimana keinginan konsumen digunakan sebagai alat untuk pengembangan produk (Mantika *et al.*, 2017). Menurut Eka, (2018) metode *Quality Function Deployment* (QFD) mampu menerjemahkan apa yang dibutuhkan konsumen ke dalam sebuah

produk, guna memperbaiki dan mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sedangkan *House of Quality* (HOQ) merupakan sebuah *tools* yang berbentuk rumah yang menghubungkan keinginan dari pelanggan (*what*) dan bagaimana suatu produk akan didesain dan diproduksi agar memenuhi keinginan pelanggan (Prastyo *et al.*, 2019).

UD Sumber Rejeki merupakan salah satu UMKM yang memproduksi produk berupa makanan ringan yang berlokasi di Dusun Sucen, Desa Ngrandulor, Kecamatan Paterongan, Kabupaten Jombang. Produk yang dihasilkan UD Sumber Rejeki tidak hanya memproduksi keripik pisang saja, melainkan usaha ini juga memproduksi keripik usus dan kembang goyang dengan merek dagang “Dua Putri”. Seiring berkembangnya usaha ini, persaingan yang dihadapi oleh UD Sumber Rejeki semakin ketat. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Putri Agustina selaku pemilik usaha dijelaskan bahwa salah satu permasalahan yang dihadapi UD Sumber Rejeki yaitu kurang menariknya suatu kemasan yang juga pernah mendapat komplain dari pelanggan yang menjelaskan bahwa kemasan dari keripik pisang “Dua Putri” kurang menarik dan juga ada yang menyarankan agar keripik pisang “Dua Putri” menggunakan kemasan standing pouch. Dengan kurang menariknya suatu kemasan membuat UD. Sumber rejeki sulit dalam memperluas pemasaran dan sulit untuk bersaing dengan para pesaing-pesaingnya.

Gambar 1.1 Kemasan Keripik Pisang Beberapa Kompetitor di Kabupaten Jombang



Sumber : Dokumentasi Penulis (2020)

Berdasarkan Gambar 1.2 diatas dapat diketahui bahwa desain kemasan produk keripik pisang dari beberapa kompetitor yang ada di Kabupaten Jombang memiliki desain kemasan yang kekinian, sudah modern dan menarik. Dari kelima produk tersebut empat diantaranya menggunakan jenis kemasan *standing pouch* dengan model vertikal berdiri yang membuat produk menjadi lebih elegan dan terlihat bagus. Pada gambar (a) dan (b) menggunakan jenis kemasan *standing pouch aluminium foil* yang bersifat hermetis, fleksibel, tidak tembus cahaya dan tahan terhadap air, udara dan kelembaban sehingga dapat menjaga produk dari pengaruh keberadaan diluar kemasan sehingga bentuk, rasa dan aromanya tidak berubah dan akan tetap sama saat pertama kali dikemas, dan untuk label pada kemasan ini menggunakan printing langsung pada kemasan. Pada gambar (c) dan (d) menggunakan jenis kemasan *standing pouch super clear* yang berbahan dasar *polypropylene* (PP) yang memiliki ciri khas cerah sehingga membuat produk sangat terasa *eye catching saat* dilirik, kemasan ini juga dilengkapi dengan fitur *zipper lock* sehingga dapat menjadikan kemasan lebih praktis dan higienis

untuk produk yang tidak sekali habis, serta untuk labelnya dengan mencetak stiker yang kemudian ditempel pada kemasannya, dari segi harganya pun cukup murah dipasaran. Sedangkan pada gambar (e) menggunakan jenis kemasan *nylon vacuum bag*, jenis kemasan ini bersifat fleksibel, tahan banting, dan dapat memberikan hasil hampa udara yang berguna untuk menjaga produk lebih aman dan terhindar dari proses oksidasi atau kerusakan, kemudian untuk label pada produk ini menggunakan kertas yang dicetak dengan warna yang menarik lalu di tempelkan di kemasannya.

Bentuk kemasan dari beberapa produk kompetitor keripik pisang tersebut dibuat sedemikian rupa dari segi bentuk, warna, kualitas, dan kuantitas sehingga dapat dengan mudah dibawa dari suatu tempat ke tempat yang lain dan dapat ditangani dengan mudah oleh penyalur atau konsumen. Selain itu juga dapat menghindari kerusakan pada produk dan dapat menarik konsumen untuk memilih produk. Lain halnya dengan kemasan produk keripik pisang yang diproduksi UD Sumber Rejeki dapat dilihat seperti gambar dibawah ini.

Gambar 1.2 Label dan Kemasan Keripik Pisang “Dua Putri” - UD Sumber Rejeki



Sumber : Dokumentasi Penulis (2020)

Pada Gambar 1.2 terlihat bahwa selama ini produk keripik pisang yang diproduksi oleh UD Sumber Rejeki masih menggunakan kemasan yang sangat sederhana dan terlihat kurang menarik yakni hanya dengan menggunakan jenis plastik bening tipis yang dapat menyebabkan kerusakan pada produknya dan diberi label kecil dari kertas yang diletakkan pada sisi bagian atas kemasan saja. Warna label kemasan yang digunakan masih menggunakan warna hitam putih dan menggunakan kertas yang kurang menarik sehingga dapat menghambat dalam proses pemasarannya karena kurang menariknya warna, gambar, desain, dan ukuran yang mengakibatkan kurangnya minat konsumen terhadap produk keripik pisang yang dihasilkan UD Sumber Rejeki.

Tabel 1.1 Perbandingan Keterangan Label Kemasan

Keterangan	Kripik Pisang Dua Putri	Kompetitor				
		Khinza Banana Chips	Keripik Pisang Kepok Crispy HESTYNA	Kripik Pisang TRIZ	Keripik Pisang ASRI FOOD	Kripik Pisang Crispy Putra Mahkota
Nama Produk	√	√	√	√	√	√
Daftar Bahan	-	√	√	√	√	√
Berat Bersih	-	√	√	√	√	√
Nama dan Alamat Produksi	-	√	√	√	√	√
Halal	-	√	√	-	-	-
Tanggal dan Kode Produksi	-	√	√	√	-	-
Kadaluwarsa	-	√	√	√	√	√
Nomor Izin Edar	√	√	√	√	√	√

Sumber : Hasil Survei (2020)

Berdasarkan Tabel 1.1 pada label kemasan produk Khinza Banana Chips dan Keripik Pisang Kepok Crispy Hestyana sudah menerapkan sesuai dengan standar yang ditentukan meliputi nama produk, daftar bahan, berat bersih, nama dan alamat produksi, logo halal, tanggal dan kode produksi kadaluwarsa serta nomor izin edar. Pada label kemasan Keripik Pisang Triz sudah hampir menerapkan sesuai dengan standar yang telah ditentukan hanya saja tidak mencantumkan logo halal. Sedangkan pada label kemasan Keripik Pisang Asri Food dan Keripik Pisang Crispy Putra Mahkota juga sudah hampir menerapkan sesuai dengan standar yang ditentukan hanya saja tidak mencantumkan tanggal dan kode produksi kadaluwarsa dan logo halal. Karena label dalam suatu kemasan merupakan bagian yang sangat penting dari suatu produk maka suatu UMKM harus membuat label kemasan sesuai dengan standar yang telah ditentukan agar konsumen dapat memperoleh produk sesuai yang diharapkan serta aman untuk dikonsumsi.

Kemudian dapat dilihat bahwa di dalam label kemasan keripik pisang Dua Putri pencantuman label belum dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau belum sesuai dengan standar yang ditentukan, Keripik Pisang Dua Putri hanya mencantumkan nama dan nomor izin edar saja, seharusnya Keripik Pisang Dua Putri menerapkan label yang sesuai dengan standar yang ditentukan yang meliputi nama produk, daftar bahan, berat bersih, nama dan alamat produksi, logo halal, tanggal dan kode produksi kadaluwarsa serta nomor izin edar karena dengan menerapkan label sesuai dengan ketentuan bisa menjadikan produk tersebut dipercaya oleh konsumen. Sedangkan dalam label kemasan kompetitor yang ada di Kabupaten Jombang sudah atau hampir

mencantumkan label sesuai dengan standar yang telah ditentukan, walaupun ada beberapa yang belum sesuai dengan standar yang ditentukan tetapi produk kompetitor lebih lengkap dibandingkan dengan produk Keripik Pisang Dua Putri. Mengingat ada banyak kekurangan yang dimiliki UD Sumber Rejeki dibanding dengan pesaing-pesaingnya, hal ini kemungkinan sebelumnya UD Sumber Rejeki belum pernah melakukan inovasi produk berbasis kemasan sehingga mengakibatkan Keripik Pisang “Dua Putri” sulit untuk berkembang seperti UMKM produk keripik pisang milik pesaing.

UD Sumber Rejeki memiliki pandangan bahwa inovasi produk berbasis kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Penerapan inovasi produk berbasis kemasan pada produk keripik pisang “Dua Putri” bertujuan agar memiliki nilai lebih dan dapat memiliki nilai jual lebih dibandingkan dengan produk-produk serupa milik pesaing. Penerapan inovasi berbasis kemasan ini diharapkan produk keripik pisang dari UD Sumber Rejeki dapat tetap bersaing dengan produk sejenis yang ada di Kabupaten Jombang maupun di luar Kabupaten Jombang. Apabila UD Sumber Rejeki tidak segera melakukan inovasi pada produknya, Produk Keripik Pisang “Dua Putri” ini tidak dapat berkembang dan tidak memiliki nilai lebih, serta akan kalah saing dengan produk serupa milik pesaing-pesaingnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Usulan Perbaikan Desain Kemasan Produk Keripik**

Pisang Dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan *House of Quality* (HoQ) Pada UD Sumber Rejeki” Jombang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perbaikan desain kemasan produk keripik pisang pada UD Sumber Rejeki Jombang dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan *House of Quality* (HoQ)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menghasilkan desain kemasan produk keripik pisang pada UD Sumber Rejeki Jombang dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan *House of Quality* (HoQ).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya dalam penulisan skripsi terutama tentang desain produk berbasis kemasan yang menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan *House of Quality* (HoQ).

2. Bagi UD. Sumber Rejeki

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan kepada perusahaan mengenai pentingnya desain produk khususnya desain kemasan dalam suatu produk yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perbaikan desain kemasan produk keripik pisang pada UD. Sumber Rejeki Jombang.