

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era industri yang sudah *modern* ini ,khususnya di Indonesia semakin hari mengalami perkembangan yang cukup cepat. Perkembangan ini menimbulkan adanya persaingan antar pelaku bisnis sehingga membuat persaingan tersebut menjadi kompetitif dan ketat. Berbagai macam strategi dapat digunakan dalam merespon persaingan ini seperti meningkatkan kualitas produk, menekan biaya produksi, hingga melakukan *Social branding* terhadap produk yang dimiliki. Sehingga penting bagi pelaku usaha untuk memiliki strategi atau kekuatan untuk meningkatkan jumlah penjualan agar memenuhi keinginan konsumen. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan perancangan *packaging*.

Menurut (Arini dkk., 2023) empat sektor industri menjadi pengguna *packaging* terbesar antara lain industri makanan dan minuman dengan persentasi 51% kedua ada industri rumah tangga dengan 25% selanjutnya sektor industri farmasi dan kosmetik 9% dan industri lain sebesar 15 %. *Packaging* menurut (Dwi Pramesti dkk., 2023) adalah salah satu cara untuk memberikan dorongan kepada individu agar tertarik. Setiap orang memiliki standar yang berbeda ketika melihat suatu produk. *Packaging* merupakan bagian pertama dalam produk yang dilihat dan dapat dinilai secara langsung oleh pembeli,yang dapat mempengaruhi keputusan, Hal ini menyatakan bahwa sebuah desain produk sangat penting untuk mempengaruhi hasrat konsumen.

UMKM Jaya Makmur merupakan usaha yang bergerak di bidang perdagangan tempe. UMKM Jaya Makmur memproduksi tempe kedelai yang memiliki total produksi kurang lebih 100 kg per hari. UMKM Jaya Makmur milik Bapak Saiful Terletak di Desa Bagusari RT 01 RW 13 Lumajang. Perjuangan Bapak Saiful tidak mudah dalam menjalankan industri tempe ini. Kondisi persaingan pasar yang kompetitif menjadi aspek yang tidak lepas dari perhatian, banyak pesaing menyebabkan untuk UMKM Jaya Makmur ini harus berkembang. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui jumlah UMKM yang berada dalam satu dusun bagusari terdapat 55 pedagang dengan rincian 10 pedagang dengan produksi diatas 100 kg perhari dan 45 pedagang dengan produksi dibawah 100 kg perhari.



Gambar 1. 1 *Packaging* lama tempe

UMKM Jaya Makmur merasa bahwa mereka tidak memiliki desain *packaging* yang menarik sehingga *packaging* tidak berfungsi secara maksimal dimana tidak mempromosikan produk yang dijual dan tidak memberikan identitas merek UMKM tersebut. Sementara itu diluar sana persaingan dagang terus meningkat dengan desain *packaging* menarik. Selain terkendala dengan tidak adanya identitas pada *packaging*, pemilik UMKM Jaya Makmur menyadari bahwa

*packaging* masih sangat sederhana dan diperlukan pengembangan dan inovasi yang berfokus terhadap keinginan konsumen untuk dapat bersaing dengan produk kompetitor.

Oleh karena itu diperlukannya perancangan ulang *packaging* (*re-design*) guna mengembangkan penjualan produk tempe, *packaging* juga memainkan peran yang sangat penting dalam pemasaran produk. Pendekatan *kansei engineering* dapat menghubungkan antara desain *packaging* dan ketertarikan konsumen secara tepat. Merancang ulang desain *packaging* produk tempe ini menggunakan metode *kansei* dengan fokus pada aspek afektif konsumen. Fokus desain *packaging* baru kepada atribut-atribut seperti bentuk *packaging*, label *packaging* yang menarik, dan pemilihan warna yang *eye-catching*. Keunggulan dari metode *Kansei engineering* dapat berfokus dalam menggunakan kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk memahami pengguna. (Vilano & Budi, 2020).

Penelitian sebelumnya dengan judul *Redesign of Product Packaging with Kansei Engineering: Empirical Study on Small-medium Enterprises in Indonesia* (Amalia Suzianti, 2020), menghasilkan suatu kesimpulan penggunaan *Kansei Engineering* dalam mendesain ulang *packaging* produk untuk usaha kecil-menengah di Indonesia dapat meningkatkan nilai produk secara signifikan. Dengan fokus pada aspek afektif konsumen, desain *packaging* baru berhasil menciptakan nilai yang lebih tinggi untuk atribut-atribut seperti daya tarik, ketahanan, praktis & ramah lingkungan, dan ringan dibandingkan dengan desain sebelumnya. *Kansei Engineering* juga terbukti mampu menciptakan ikatan emosional antara produk dan konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik produk. Studi ini

memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM melalui desain *packaging* yang memenuhi keinginan konsumen secara afektif.

Pada penelitian ini diharapkan memberikan kemudahan bagi UMKM Jaya Makmur dalam mengembangkan usahanya, melalui pengembangan *packaging* dengan metode *Kansei Engineering* agar memiliki *packaging* yang lebih menarik dan inovatif sehingga menambah minat konsumen dalam membeli.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan pada penelitian ini yaitu :

“Bagaimana merancang ulang *packaging* produk tempe yang sesuai dengan ketertarikan konsumen, sehingga meningkatkan jumlah penjualan menggunakan metode *kansei engineering*?”

## 1.3 Batasan Masalah

Terkait penelitian, agar peneliti terfokuskan terhadap topik penelitian, perlu diberikan pembatasan permasalahan yakni sebagai berikut :

1. Perancangan *packaging* ulang menggunakan *kansei engineering* tipe 1.
2. Penelitian ini tidak menghitung aspek biaya dan bahan kemasan yang ditimbulkan.
3. Perancangan ulang *packaging* hanya sebatas usulan bagi umkm bukan implementasi.

#### **1.4 Asumsi**

Adapun asumsi yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir adalah sebagai berikut :

1. Kondisi psikologis responden diasumsikan normal
2. Konsumen terdiri dari orang dewasa dari berbagai profesi
3. Kualitas dan harga produk tempe relatif sama yang dipasarkan

#### **1.5 Tujuan**

Berikut ini merupakan tujuan pada penelitian ini adalah :

1. Merancang ulang *packaging* tempe sesuai keinginan konsumen menggunakan *kansei engineering*
2. Mengetahui keinginan dan pendapat konsumen sebagai pertimbangan dalam memilih *packaging* produk tempe.

#### **1.6 Manfaat penelitian**

Berikut manfaat penelitian dalam penyusunan tugas akhir ini adalah :

##### **1.6.1 Manfaat teoritis**

- a. Dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai pembendaharaan perpustakaan, serta untuk mengetahui sejauh mana dalam mengaplikasikan teori-teori yang didapat diperkuliahan dengan kenyataan permasalahan yang ada di UMKM.
- b. Dengan adanya penelitian ini mahasiswa dapat belajar dan menerapkan *Kansei engineering* dengan penyelesaian masalah yang berbeda.

### 1.6.2 Manfaat praktis

- a. Dapat memberikan kriteria *packaging* yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang mampu meningkatkan produksi di UMKM.
- b. Dapat memberikan usulan tindakan perbaikan kepada pihak UMKM guna menentukan perbaikan *packaging* yang lebih baik lagi

### 1.7 Sistematikan Penulisan

Adapun sistematika penulisan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I           PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan dalam melakukan penelitian. Selain itu dijelaskan mengenai rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, asumsi penelitian, manfaat penelitian khususnya mengenai pengendalian kualitas di UMKM Tempe Lumajang serta sistematika penulisan.

#### **BAB II          TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang studi kepustakaan berisikan mengenai landasan teori yang selinier dengan topik permasalahan pada penelitian. Tinjauan Pustaka ini digunakan untuk mengolah dan menganalisis data-data yang diperoleh terkait dengan *packaging*, redesain *packaging*, serta metode yang digunakan yakni metode *Kansei engineering*.

#### **BAB III         METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai tempat dan waktu penelitian, kerangka penelitian, identifikasi variabel, metode pengumpulan dan

pengolahan data serta langkah-langkah penelitian dan pemecahan masalah (*flowchart*) serta teknik analisis data.

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

Bab ini berisi pengumpulan data historis, pengolahan dan analisis data yang telah dikumpulkan, serta pembahasan mengenai masalah redesain *packaging* pada produk tempe kedelai.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan yang menjawab dari tujuan penelitian serta pemberian saran yang ditujukan kepada perusahaan sebagai bentuk masukan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**