

## **LAPORAN TUGAS AKHIR**

### **PERANCANGAN ULANG KEMASAN MAKANAN DENGAN METODE KANSEI ENGINEERING**

**(Studi Kasus : Produk Mustika snack Onde-onde ketawa)**

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas  
Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang



**Disusun Oleh:**

Ahmad Afifuddin Mas'ud

31601700011

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG**

**2024**

**FINAL PROJECT**

**RE-DESIGN FOOD PACKAGING USING KANSEI ENGINEERING  
METHOD**

*(Case study : Produk Mustika snack Onde-onde ketawa)*

*Proposed to Complete The Requirement to Obtain A Bachelor's  
Degree (S1) at Departement of Industrial Engineering, Faculty of  
Industrial Technology, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang*



*Arranged By:*

Ahmad Afifuddin Mas'ud

31601700011

**DEPARTMENT OF INDUSTRIAL ENGINEERING  
FACULTY OF INDUSTRIAL TECHNOLOGY  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Laporan Tugas Akhir dengan judul **“Perancangan Ulang Kemasan Makanan dengan Metode Kansei Engineering Studi kasus Produk Mustika Snack Onde-onde Ketawa”** ini disusun oleh:

Nama : Ahmad Afifuddin Mas’ud

Nim : 31601700011

Program Studi : Teknik Industri

Telah disahkan oleh dosen pembimbing pada:

Hari :

Tanggal :

Pembimbing 1

Pembimbing 2

  
**Dr. Ir. Novi Marlyana, ST., MT**

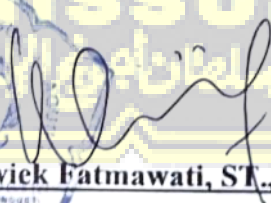
**NIDN. 0015117601**

  
**Akhmad Syakhroni, ST., M.Eng**

**NIDN. 0616037601**

Mengetahui

Ketua Program Studi Teknik Industri

  
**Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng**

**NIDN. 0622107401**

## LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Laporan Tugas Akhir dengan judul “**Perancangan Ulang Kemasan Makanan dengan Metode Kansei Engineering Studi kasus Produk Mustika Snack Onde-onde Ketawa**” ini telah dipertahankan di depan dosen penguji Tugas Akhir pada:

Hari :

Tanggal :

### TIM PENGUJI

Anggota I



Nuzulia Khoiriyah, ST, MT

NIDN. 06-2505-7901

Ketua Penguji



Wiwick Fatmawati

NIDN. 0622107401

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Afifuddin Mas'ud

Nim : 31601700011

Judul Tema : Perancangan Ulang Kemasan Makanan dengan Metode Kansei Engineering Studi kasus Produk Mustika Snack Onde-onde Ketawa

Dengan ini saya menyatakan bahwa judul dan isi Tugas Akhir yang saya buat dalam rangka menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Teknik Industri tersebut adalah asli dan belum pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan oleh siapapun baik keseluruhan maupun sebagian, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka, dan apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa judul Tugas Akhir tersebut pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademis. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan penuh tanggung jawab.

Semarang, 11 Februari 2024

Yang Menyatakan



Ahmad Afifuddin Mas'ud

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Afifuddin Mas'ud

NIM : 316017000011

Program Studi : Teknik Industri

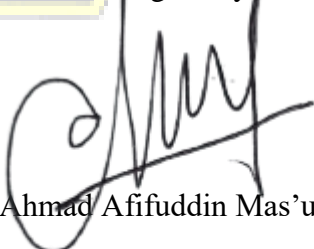
Fakultas : Teknologi industri

Dengan ini menyatakan Karya Ilmiah berupa Tugas akhir dengan Judul:

**Perancangan Ulang Kemasan Makanan dengan Metode Kansei Engineering Studi kasus Produk Mustika Snack Onde-onde Ketawa.** Menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak bebas Royalti Non-Eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dan pangkalan data dan dipublikasikan di internet dan media lain untuk kepentingan akademis selama tetap menyantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 11 Februari 2024

Yang Menyatakan



Ahmad Afifuddin Mas'ud

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### **Bismillahirrahmanirrahim**

*Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Tiada kata yang mampu menggambarkan rasa syukur hamba mendapatkan nikmat Iman, Islam dan Ihsan yang Engkau berikan kepada hamba untuk senantiasa beribadah kepada-Mu. Hamba Berharap Engkau, sang Maha Khaliq senantiasa meridhai hamba dalam menjalani kehidupan di dunia ini. Tidak lupa Shalawat serta Salam semoga selalu terlimpahkan kepada baginda Nabi Agung Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wassalam yang hamba dan umatnya selalu tunggu-tunggu syafaatnya di Yaumul Akhir kelak.*

*Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :*

*Kedua orang tua saya yang tercinta yang selalu membarikan yang terbaik kepada anaknya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan beliau nikmat sehat, umur yang barokah dalam menjalankan kehidupan. Amin ya robbal alamiin.*

*Untuk kedua pembimbing saya Ibu Novi Marlyana, ST., MT dan Bapak Ahmad Syahroni, ST., MT, terimakasih banyak atas bimbingannya dan membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.*

*Untuk sahabat dan teman, terimakasih telah memberikan support dan memotivasi walaupun lebih banyak mengajak inpo-inpo*

## HALAMAN MOTTO

Jika memilih, maka pilihlah yang terbaik, jika dipilih, maka jadilah yang terbaik.

“Padepokan Moko”

Rawatlah bunga ditamanmu dengan baik, maka kupu-kupu akan datang sendiri  
ditamanmu.

“Padepokan Moko“

Perkara dunia tidak perlu difikirkan sampai stress. Uangmu tidak bakal  
mencukupi, yang bisa mencukupi itu rahmatnya Allah SWT.

“Gus Baha”

Kamu tidak usah sok-sok’an Ikhlas, Allah jelas ngendikan; “Jiwa manusia itu  
pasti kikir, berat kalau menguntungkan orang lain.”

“Gus Baha”

Penyakit yang dibawa ilmu adalah kesombongan, penyakit yang dibawa oleh  
ibadah adalah riya.

“Ibnu Taimiyyah”

Terkadang kita butuh jarak agar memahami rasa sebenarnya. Seperti kata-kata  
yang butuh spasi, agar sanggup terbaca dengan baik.

“Emha Ainun Nadjib”



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat diselesaikannya laporan Tugas Akhir ini. Laporan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa untuk meraih gelar Sarjana (S1) di Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Industri, Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih atas segala dukungan yang telah di berikan sehingga terwujud kelancaran proses pengerjaan laporan Tugas Akhir ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridhonya serta memberikan kelapangan hati dan pikiran dalam menimba ilmu.
2. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan do'a dan dukungan materil maupun spiritual, terimakasih semoga Allah membalas jasa kebaikan Mamah dan Bapak.
3. Ibu Dr. Novi Marlyana, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Bustanul Arifin, S.T., MM. selaku Wakil Dekan 1 (Satu) Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang sekaligus sebagai Dosen Pembimbing 1 (Satu).
5. Ibu Nuzulia Khoiriyah, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang sekaligus sebagai Dosen Pembimbing 2 (Dua).
6. Ibu Dr. Novi Marlyana, S.T., M.T. sebagai pembimbing satu dan Bapak Ahmad Syahroni, ST., MT selaku dosen pembimbing dua, yang telah memberikan banyak masukan, bimbingan sertasaran. Mohon maaf atas segala kesalahan, kekhilafan dan keterbatasan yang saya miliki.
7. Terimakasih untuk diriku sendiri yang telah berusaha menyelesaikan tugas akhir ini dengan semangat yang tinggi.
8. Teman-teman Padepokan Mbah Moko (Si Mocca, Acong, Ilham's, Eliyen, mas Al), terimakasih telah memotivasi, mensport dari awal pembuatan tugas

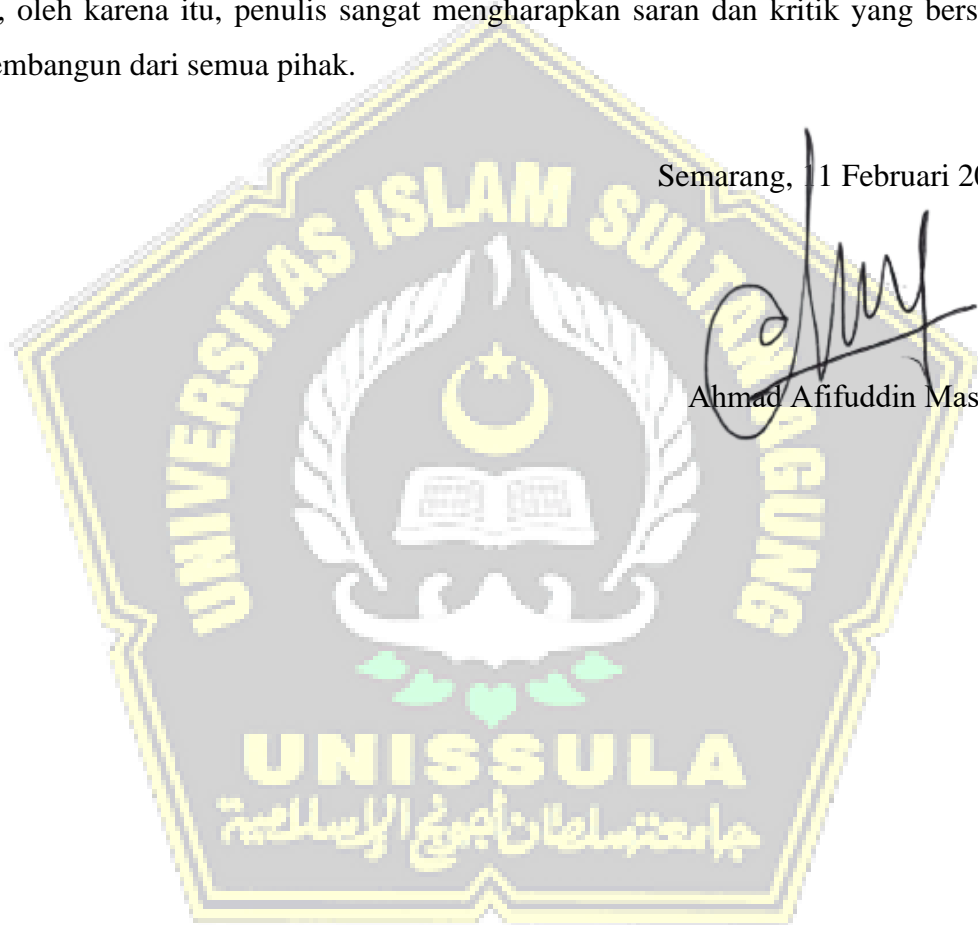
akhir ini. Kalian yang terbaik.

9. Rekan seperjuangan dalam suka duka yaitu seluruh teman-teman Teknik Industri 17 terutama kelas A, atas kebersamaan, kerjasama, semangat dan dukungannya selama ini.

Besar harapan penulis bahwa laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya dan bagi para pembaca umumnya. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala kekurangan yang mungkin terjadi dalam penulisan laporan ini, oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak.

Semarang, 11 Februari 2024

Ahmad Afifuddin Mas'ud



## DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
<i>FINAL PROJECT</i> .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka.....	6
2.2 Landasan Teori.....	21
2.2.1 Desain Kemasan.....	21
2.2.2 Kemasan.....	22
2.2.3 Variabel Kemasan.....	22
2.2.4 <i>Kansei Engineering</i> .....	24
2.3 Hipotesis dan Kerangka Teoritis.....	27
2.3.1 Hipotesis.....	27
2.3.2 Kerangka Teoritis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Pengumpulan Data.....	30
3.1.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	30

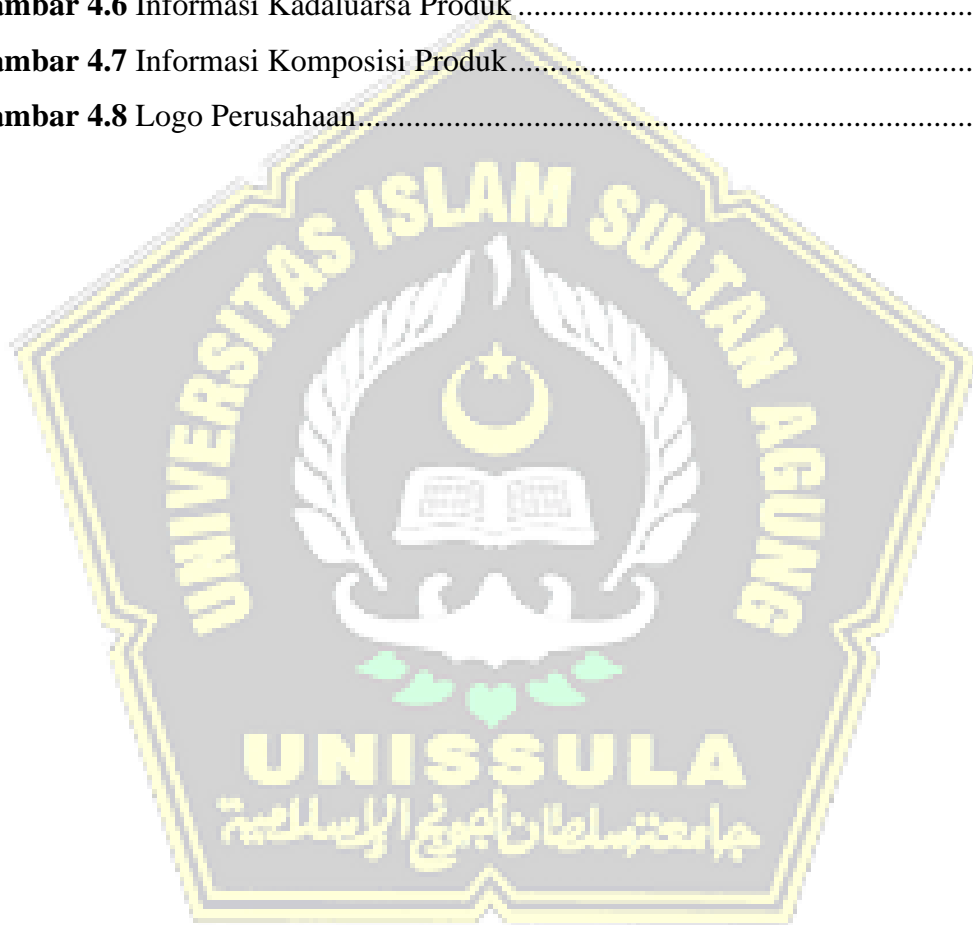
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3	Pengujian Hipotesa .....	30
3.3.1	Pengolahan Data Kansei Engineering dari Kuisisioner.....	30
3.3.2	Pembuatan Kuisisioner Semantic Differential .....	30
3.3.3	Uji Kecukupan Data.....	31
3.3.4	Uji Validitas dan Realiabilitas .....	31
3.3.5	Pembuatan Desain.....	32
3.3.6	Pemilihan Desain .....	32
3.4	Metode Analisis .....	32
3.5	Pembahasan.....	32
3.6	Penarikan Kesimpulan .....	32
3.7	Diagram alir Penelitian .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>35</b>
4.1	Pengumpulan Data .....	35
4.1.1	Penentuan <i>Kansei Word</i> .....	35
4.2	Pengolahan Data .....	47
4.2.1	Data hasil rekap kuisisioner <i>semantic differential</i> .....	47
4.2.2	uji kecukupan data .....	48
4.2.3	Uji Validitas .....	50
4.2.4	Uji Reliabilitas .....	51
4.2.5	Pembuatan Desain.....	52
4.2.6	Pemilihan Konsep.....	56
4.2.7	Data Hasil Rekap Pembobotan .....	57
4.2.8	Konsep Desain Yang Terpilih.....	63
4.3	Analisa dan Interpretasi .....	65
4.3.1	Analisa .....	66
4.3.2	Interpretasi .....	67
4.4	Pembuktian Hipotesa .....	67
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>68</b>
5.1	Kesimpulan .....	68
5.2	Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Rekap hasil penyebaran kuisisioner 1 .....	35
Tabel 4.2 Hasil dari kuisisioner 1 .....	39
Tabel 4.3 Pemilihan kata kansei yang dipilih oleh owner .....	40
Tabel 4.4 Hasil pengumpulan Kansei Word dari responden dan ditambahkan dengan pilihan dari owner.....	41
Tabel 4.5 Pengelompokan kata kansei yang bermakna sama .....	43
Tabel 4.6 Penetapan Elemen desain kansei word yang sudah dikelompokkan ....	44
Tabel 4.7 Bentuk Kuesioner Semantic Differential .....	45
Tabel 4.8 Penjelasan Positif dan Negatif .....	46
Tabel 4.9 Rekap Kuesioner Semantic Differential .....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Kecukupan Data .....	49
Tabel 4.11 Hasil uji validitas .....	51
Tabel 4.12 Hasil uji realibilitas .....	51
Tabel 4.13 Kuesioner penentuan bobot atribut desain dengan mengalokasikan nilai 100% kedalam kolom bobot .....	56
Tabel 4.14 Kuesioner penentuan rating atribut yang terdapat pada konsep desain dengan pengisian rating 1-5 .....	57
Tabel 4.15 Rekap hasil kuisisioner mengetahui rating atribut desain A .....	58
Tabel 4.16 Rekap hasil kuisisioner mengetahui rating atribut desain B.....	59
Tabel 4.17 Rekap hasil kuisisioner mengetahui rating atribut desain C.....	60
Tabel 4.18 Hasil seleksi konsep.....	63

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4.1</b> Gambar desain 1 .....	53
<b>Gambar 4.2</b> Gambar desain 2 .....	54
<b>Gambar 4.3</b> Gambar desain 3 .....	55
<b>Gambar 4.4</b> Informasi Tempat Produksi .....	64
<b>Gambar 4.5</b> Informasi Berat Isi atau Netto .....	64
<b>Gambar 4.6</b> Informasi Kadaluarsa Produk .....	64
<b>Gambar 4.7</b> Informasi Komposisi Produk .....	64
<b>Gambar 4.8</b> Logo Perusahaan .....	64



## ABSTRAK

**Abstrak-** UMKM Mugi Berkah merupakan salah satu *home industry* yang memproduksi makanan ringan seperti kripik tempe, onde-onde, dan aneka kue kering yang lainnya. Hasil produk dari *home industry* ini dipasarkan di sekitar kawasan Penggaron sekitarnya dan juga di sosial media. Kemasan yang ada pada saat ini menggunakan plastik polos dan penambahan label, kemasan juga tidak bisa ditutup kembali setelah dibuka. Dan juga label saat ini kurang menarik karena bagian belakang masih terlihat polos atau kosong. Selain itu tidak adanya informasi produk seperti keterangan berat isi, tidak adanya tanggal kadaluarsa dan informasi penting lainnya tentang produk tersebut. Pada penelitian ini akan dilakukan *redesign* atau perancangan ulang pada kemasan menggunakan metode *Kansei Engineering*. *Kansei Engineering* adalah metode untuk memastikan bahwa suatu produk atau jasa memenuhi tanggapan emosional yang diinginkan konsumen. Penyebaran kuisisioner pertama didapatkan bahwa dari 40 responden, Kemudian selanjutnya dikelompokkan kata yang bermakna sama dan didapat 9 kata *kansei*, diantaranya sebagai berikut Ada pelekat, Berlogo, Informatif, Inovatif, Kuat, Tulisan Jelas, Slogan, Praktis, Warna menarik. Dari pengelompokan 9 kata *kansei* tersebut dilakukan penyebaran kuisisioner semantic differential kemudian akan dilakukan uji kecukupan data dengan hasil 9,55 setelah itu dilakukan uji validitas dari 9 kata *kansei* menyatakan valid didapatkan 7 kata *kansei* dengan nilai  $r \text{ tabel} = 0,3120$ . Pembuatan desain kemasan dengan menggunakan *Standing pouch* tegak lurus dengan ukuran lebar 130mm, tinggi 200mm. Pengerjaan desain ada tiga konsep. Dari pemilihan konsep desain akan dilakukan penyebaran kuisisioner dari tiga konsep yang telah dibuat diperoleh hasil yang terpilih dengan melihat nilai total *score* terbesar. hasil total *score* terbesar terpilih konsep desain C dengan nilai total *score* 19,24.

Kata Kunci: *Kansei Engineering*, UMKM, Perancangan, Kemasan

## ABSTRACT

**Abstrak-** UMKM Mugi Berkah is a home industry that produces snacks such as tempeh chips, onde-onde, and various other pastries. The products of this home industry are marketed around the surrounding Penggaron area and also on social media. The current packaging uses plain plastic and the addition of labels, the packaging also cannot be closed again after opening. And also the current label is less attractive because the back still looks plain or empty. In addition, there is no product information such as information on the weight of the contents, no expiration date and other important information about the product. In this study, a redesign or redesign of the packaging will be carried out using the Kansei Engineering method. Kansei Engineering is a method to ensure that a product or service meets the emotional responses desired by consumers. The first questionnaire distribution found that from 40 respondents, then further grouped words that had the same meaning and obtained 9 kansei words, including the following There are stickers, logo, informative, innovative, strong, clear writing, slogan, practical, attractive colors. From the grouping of the 9 kansei words, a semantic differential questionnaire is distributed and then a data sufficiency test will be carried out with the results of 9.55 after that the validity test of the 9 kansei words states that 7 valid kansei words are obtained with an r table value = 0.3120. Making packaging design using Standing pouch upright with a size of 130mm wide, 200mm high. There are three design concepts. From the selection of the design concept, a questionnaire will be distributed from the three concepts that have been made, the results are selected by looking at the largest total score value. the results of the largest total score selected design concept C with a total score value of 19.24.

Keywords: Kansei Engineering, UMKM, Design, Packaging



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kuliner tradisional atau masakan lokal merupakan produk kuliner yang sering kali dikonsumsi oleh masyarakat atau dihidangkan pada acara adat, diwariskan berdasarkan generasi ke generasi, dibentuk sesuai menggunakan resep secara turun-temurun, dibentuk tanpa atau menggunakan sedikit rekayasa, dan mempunyai ciri khas yang membedakannya dengan masakan wilayah atau daerah lain. (Guerrero, et al., 2010)

Produk adalah merupakan hasil dari suatu proses manufaktur yang dilakukan oleh produsen atau perusahaan. Pendapatan dari penjualan produk ini dijual kepada konsumen yang perlu memenuhi kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan dasar dan memenuhi kebutuhan, ketenangan atau kepuasan gaya hidup. Pada umumnya sebagian besar konsumen lebih menyukai produk yang relatif murah dan berkualitas tinggi. Ada banyak jenis produk yang bisa kami tawarkan, seperti produk fisik dan jasa. Tampilan kemasan suatu produk dapat mempengaruhi penglihatan konsumen. Hal ini dikarenakan kemasan menyampaikan pesan kepada konsumen tentang isi produk yang dikandungnya, baik melalui informasi tertulis tentang kemasan maupun melalui tampilan kemasan yang menyampaikan citra atau kesan berbeda kepada konsumen. Konsumen memilih apakah mereka dapat memutuskan apakah akan membeli produk. (Apriyanti, 2018)

Bentuk, material, dan elemen-elemen visual dikemas diproses untuk mengkomunikasikan lokalitas dimana produk tersebut dibuat dan memiliki nilai estetis yang dapat mengingatkan konsumen akan makanan tradisional didalam kemasan tersebut. (Salim, H, & M, 2018)

Usaha produk Mugi Berkah yang berada di Semarang tepatnya di Jl. Brigjen Sudiarto no 78, Penggaron Kidul, Kecamatan Pedurungan, Semarang. Mugi Berkah merupakan *home industry* yang memproduksi makanan ringan yang berupa onde-onde ketawa, kripik tempe dan membuat kue kering dengan bervariasi rasa jika kalau ada pesanan saja. Produk ini utamanya dipasarkan di Penggaron dan sekitarnya serta melalui sosial media. Untuk produk utama dalam UMKM mugi berkah adalah kripik tempe dan onde-onde ketawa, selain itu produk kue kering yang dibuat hanya kalau ada permintaan saja. Dalam pembuatan produk onde-onde ini dapat membuat kurang lebihnya 200 pcs dalam satu bulan itu termasuk penyeteroran di tiap toko-toko dan untuk reseller minimal pembelian 10 pcs, Pengambilan produk langsung ke lokasi UMKM Mugi Berkah untuk minimal pembelian dan diantar langsung jika membeli dengan jumlah yang banyak, dan kalau ada kecacatan produk seperti sobek, berlubang pada kemasan langsung diganti sesuai jumlah kerusakan pada kemasan. Untuk produk onde-onde ketawa dijual satuan dengan harga Rp.12.000 per kemasan, Keuntungan dalam penjualan produk selama ini stabil, tidak ada kenaikan dengan rata-rata per produk 2 juta selama satu bulan. Dalam suatu penjualan produk pastinya tidak akan lepas dengan persaingan yang ada di pasar, dari pesaing khususnya produk onde-onde ketawa. Untuk produk pesaing yang sama di pasaran dengan harga yang relatif lebih mahal dan kemasan yang sudah modern. Kemasan yang sekarang digunakan untuk mengemas produk terutama onde-onde ketawa berupa wadah plastik pada umumnya dan penambahan label saja. Kemasan yang ada saat ini juga tidak bisa ditutup kembali sehingga isi dari dalam kemasan tidak bisa bertahan lama setelah dibuka. Pada bentuk kemasan yang ada saat ini kurang menarik karena masih polos hanya menggunakan label nama produk saja dan bagian belakang masih kosong, selain itu tidak ada keterangan berat isi, tanggal kadaluarsa, dan informasi lainnya tentang produk yang dianggap mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk onde-onde ketawa. Permasalahan saat ini yaitu kemasan produk onde-onde ketawa terlihat kurang menarik dan perlu adanya perbaikan agar dapat dipasarkan ke pasar modern atau swalayan dan pusat oleh-oleh dan sosmed sehingga membutuhkan kemasan yang menarik agar dapat bersaing di era

modern saat ini. Selain itu pada kemasan juga belum ada terlampir elemen kemasan yang juga sangat membantu konsumen untuk mengetahui informasi pada produk yang akan dibeli tersebut seperti logo halal, dan informasi produk yang dianggap dapat mampu mempengaruhi dan menarik minat konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan desain ulang kemasan supaya terlihat lebih menarik.

Pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Kemasan dapat diartikan sebagai suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk tertentu yang berada di dalamnya serta dapat memberikan citra tertentu pula untuk membujuk penggunaannya. Pada usaha makanan ringan seperti Mugi Berkah, usaha yang bergerak dibidang pengolahan makanan ringan berupa kue kering, keripik tempe dan onde-onde ketawa yang aman dan sehat serta halal, dalam kasus Mugi Berkah ini kemasan pada onde-onde ketawa masih banyak perbaikan dan pemilik usaha ingin mengoptimalkan desain kemasan tersebut agar dapat bersaing di pasaran dengan produk-produk lain. Penampilan kemasan juga dibutuhkan, karena penampilan kemasan makanan ringan akan bersaing dengan produk makanan pabrikan yang mempunyai desain kemasan menonjol dan desain kemasan yang membuat konsumen tertarik.



**Gambar 1** Produk Mugi berkah onde-onde ketawa

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka permasalahan pada penelitian kali ini adalah:

1. Bagaimana mengidentifikasi elemen-elemen desain kemasan produk Mustika snack onde-onde ketawa?
2. Bagaimana hasil perancangan ulang menentukan perubahan kemasan produk sesuai keinginan konsumen?

## 1.3 Batasan Masalah

Agar tujuan awal penelitian tidak menyimpang maka dilakukan pembatasan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian pada kemasan produk Mustika snack onde-onde, dan terhitung mulai 1 November 2023 sampai 15 Februari 2024.
2. Penelitian hanya mendesign ulang kemasan pada produk Mustika snack onde-onde.
3. Data untuk pengolahan diambil dari data perusahaan, dan kuisisioner yang disebar disekitar UMKM Mugi Berkah.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tugas akhir ini adalah Untuk mengidentifikasi elemen-elemen pada desain kemasan produk serta mendapat desain kemasan Produk Mustika snack onde-onde ketawa yang baru serta menarik sesuai keinginan konsumen.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Secara ilmiah
  - a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian penelitian selanjutnya dan memberikan sumbangan pemikiran khususnya pengambil keputusan.
  - b) Sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian selanjutnya.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan tugas akhir ini dibagi dalam beberapa

bab, yaitu:

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian dan untuk merumuskan dugaan awal dalam penelitian apabila memang diperlukan dari berbagai referensi yang dijadikan landasan pada kegiatan penelitian yang dilakukan.

### **Bab III Metodologi penelitian**

Bab ini memuat penjelasan rinci tentang urutan proses penelitian mulai dari identifikasi masalah, penetapan tujuan penelitian, studi literatur dan lapangan, pengumpulan data (kansei word dan data keinginan konsumen terhadap kemasan produk berdasarkan survey), pengolahan data, perancangan desain produk, analisa, dan penutup.

### **Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini membahas mengenai proses-proses yang dilakukan dalam design kemasan onde-onde ketawa menggunakan metode dan Langkah-langkah terkait penelitian.

### **Bab V Penutup**

Bab ini memuat mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan. Kesimpulan merupakan jawaban dari rumusan masalah yang diajukan diawal penelitian sedangkan saran memuat tentang apa yang diharapkan penulis mengenai penelitian ini kedepannya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Penelitian ini membahas mengenai produk pasta gigi anak-anak dengan keunggulan tanpa deterjen serta memiliki enzim aktif. Produk ini telah bertahun-tahun dengan desain kemasan lamanya yaitu selama 7 tahun, yang menyebabkan produk tersebut tidak mampu bersaing dengan produk lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh sebuah desain kemasan baru untuk produk pasta gigi enzim anak-anak. Berdasarkan hasil analisis SWOT, pasta gigi enzim Anak-Anak membutuhkan desain kemasan baru yang mampu menonjolkan keunggulan produk melalui konsep desain yang baru. (Syahputra et al., 2020)

Konsumen selalu dipengaruhi oleh perasaannya ketika memilih suatu produk atau mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan saat merancang produk. Salah satu aspek terpenting dari sebuah produk adalah kemasan, merancang kemasan dengan menentukan nilai kategori sehingga didapatkan hasil rancangan kemasan minuman serbuk pala. Rekayasa *kansei* dapat didefinisikan sebagai cara untuk mengubah proses psikologis manusia kedalam desain produk yang diinginkan dengan mendefinisikan kebutuhan konsumen yang diidentifikasi dalam bahasa *kansei* dalam desain produk. (Mahalli, 2020)

Bungur UKM adalah perusahaan yang memproduksi olahan ubi, atau keripik kentang. Tingginya permintaan konsumen terhadap produk tersebut tidak didukung dengan penciptaan desain kemasan yang lebih baik dan inovatif. Produk perlu dibenahi dari segi kemasan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perancangan desain perlu memiliki citra dan daya tarik dengan menanggapi kebutuhan dan memberikan masukan pada desain kemasan produk sesuai dengan perasaan dan keinginan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian standing pouch, warna background adalah dua atau lebih bahan plastik, dan saya memiliki gambar yang mendukung suasana di sekitar Kabupaten Kuningan. Ini berisi elemen pendukung dari analisis faktor uji MSA (*Measure of Sampling Adequacy*):

menarik, higienis, unik, mudah dibawa, mudah disimpan dan informasi lengkap.(Pradhana, 2020)

Dari penelitian UKM Geplak yang menangani makanan tradisional antara lain kemasan yang tertutup rapat tanpa aliran udara, dan makanan Geplak lebih cepat tua dibandingkan kemasan dengan aliran udara yang baik. Oleh karena itu, dilakukan pembenahan kemasan agar makanan geplak lebih awet dan terlihat menarik. Menggunakan metode Kansei engineering, yaitu metode pengembangan produk berdasarkan sensibilitas konsumen (emosi dan keinginan). Selanjutnya dari Survei Kuesioner Kata Kansai, diperoleh perbedaan semantik pada lima skala nilai, antara lain kata berpasangan dengan makna yang berlawanan, dilakukan uji validasi dan reliabilitas, menyatakan hasil uji valid dan reliabel, dan difaktorkan. Kemudian proses desain paket berjalan.(Donida et al., 2019)

Saat ini Sala lauk belum dikembangkan oleh Pemkot Pariaman. Padahal, kemasan yang unik, aman dan menarik sangat penting untuk meningkatkan daya beli konsumen. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, saya menggunakan pendekatan psikologis berbasis persepsi konsumen untuk merancang kemasan untuk Sala Lauk beku. Dengan menggunakan metode kansei engineering. Desain kemasan yang dipilih adalah pouch pipih berwarna merah dengan informasi produk dan atribut kemasan.(Fithri et al., 2022)

Usaha Kecil Menengah terbukti menjadi salah satu pilar terpenting dalam perekonomian, akan tetapi tantangan dan permasalahan menghalangi perkembangan, salah satunya adalah kualitas kemasan produk. Oleh karenanya untuk menghasilkan keluaran desain kemasan produk yang memiliki nilai tambah dan lebih menarik berdasarkan aspek afektif, Hasil menunjukkan karakteristik utama yang perlu ditampilkan dalam kemasan produk sesuai aspek afektifitas dari konsumen yaitu: Attractiveness, Robustness, Handy & Green, and Lightness.(Suzianti & Aldianto, 2020)

UKM Canggih Fully merupakan industri yang memproduksi biskuit brownies Cripix, Penampilan yang kurang menarik secara desain visual dan bahan kemasannya yang kurang tebal dan kuat sehingga isi produk mudah rusak. UKM ingin memperluas segmentasi pasar dan memenuhi permintaan pelanggan maka

dilakukan perbaikan desain kemasan. Diketahui atribut tingkat kepentingan pelanggan, respon teknis yang dapat dilakukan produsen dan desain kemasan yang diterima pelanggan dan produsen dari hasil analisa QFD. Rancangan desain kemasan biskuit brownies yang diterima produsen yaitu, kemasan toples berbentuk persegi panjang sebagai kemasan primer dilapisi kemasan sekunder dengan bahan kertas art paper dengan gramatur kertas 260 gram dan bagian luar kertas diberi laminasi doff.(Pulungan et al., 2019)

Martabak Bangka Umyanto merupakan UMKM makanan yang menjual martabak manis dan asin. Keunggulan rasa dan bahan baku yang diracik secara konsisten menjadi salah satu alasan mengapa bisa bertahan. Martabak Bangka Umyanto melakukan pembaharuan desain kemasan untuk mempertahankan usaha dan menunjang kebutuhan di masa yang akan datang serta mampu bersaing dengan ketatnya pasar, Untuk mendapatkan konsep dan tema desain sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat menarik perhatian. (Gedung & Siwabessy, 2019)

Mozha Handmade Face & Body Soap merupakan produk sabun yang menggunakan bahan alami tanpa bahan kimia apapun. Permasalahan yang dihadapi adalah brand tersebut belum memiliki ciri khas, kemasan yang tidak ada label dan tidak tercantum data produk. Selain itu sabun yang tertumpuk sehingga produk menjadi rusak saat disimpan. Fungsi perancangan adalah untuk melindungi produk dari tumpukan pada saat pengantaran ke konsumen dari benturan dan guncangan saat pengiriman, dan meningkatkan penjualan serta kepercayaan konsumen terhadap produk. Fungsi pada kemasan seperti pada kemasan primer dan ide pengembangan penambahan barang seperti lilin dan body lotion untuk MOZHA yang dapat menarik minat target untuk membeli seluruh produk MOZHA.(Joenattan et al., 2020)

Mom's Home Kitchen merupakan usaha homemade yang menjual risoles dan tahu walik, Produk ini belum memiliki identitas konsisten dan kemasan yang menarik secara visual, logo yang ada tidak mendukung untuk terciptanya identitas. Maka dari itu desain kemasan yang menarik dan fungsional memiliki pengaruh yang besar dalam keberhasilan suatu produk. Merancang desain kemasan untuk Mom's Home Kitchen agar dapat menjaga keamanan produk di



dalamnya dan merancang brand identity berupa logo yang mencerminkan karakteristik dari Mom's Home Kitchen.(Alvionita et al., 2021)

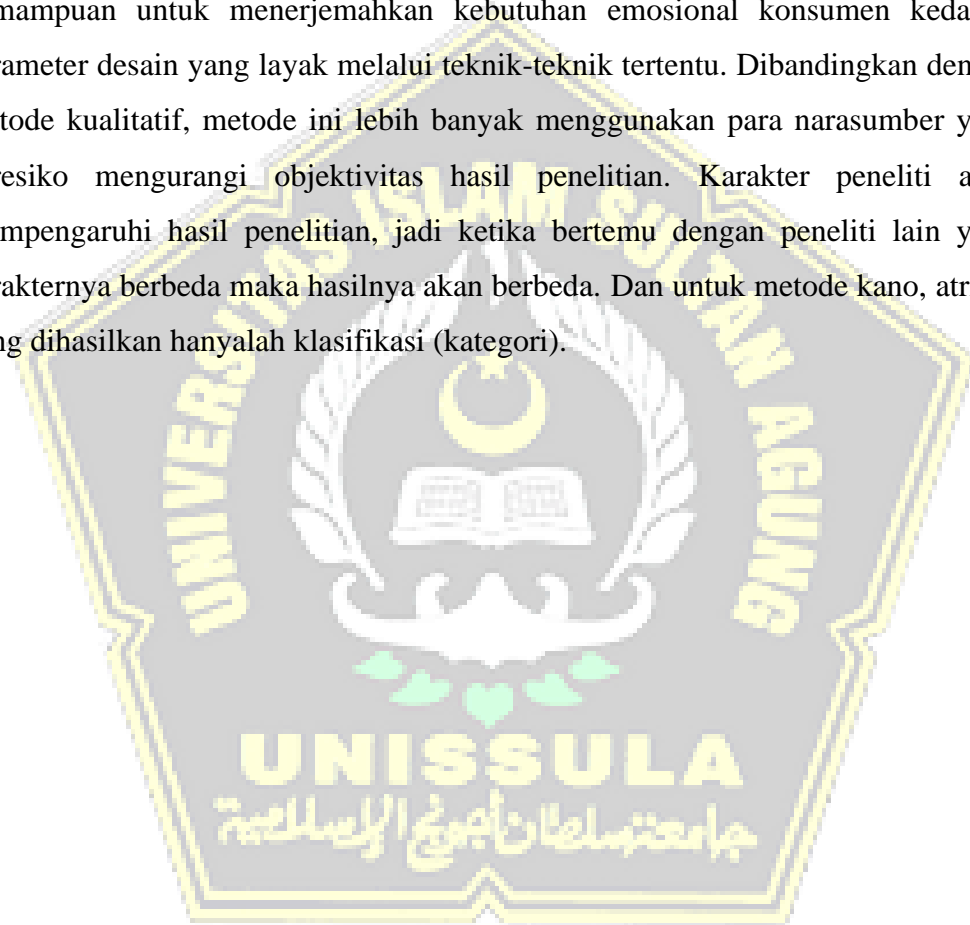
Makanan ringan khas Sumatera Barat yang penulis angkat yaitu "Sanjai Amak Haji", Produsen umumnya belum menaruh perhatian terhadap kemasan produk mereka. Makanan tradisional dari Sumatra barat ini berupa krupuk, meredesain kemasan yang kreatif dan komunikatif serta dapat dijadikan media promosi yang menarik. Kemasan perlu diuji terlebih dahulu kepada beberapa responden untuk mengetahui seberapa efektif desain kemasan Sanjai Amak Haji dipasarkan. Redesain kemasan menghasilkan desain kemasan yang lebih komunikatif dan dapat mendeskripsikan produk agar dapat mendukung kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak Sanjai Amak Haji sehingga produk semakin dikenal oleh konsumen.(Azhar & Ariusmedi, 2021)

UKM pembuatan terasi masih belum ergonomisnya pengemasan produk trasi yang ada hanya menggunakan kemasan plastik jadi masih tercium bau trasinya. Untuk merancang usulan perbaikan desain kemasan terasi dengan metode Quality Function Deployment agar lebih aman, efisien, serta menarik minat konsumen Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa didapatkan hasil 12 karakteristik diantaranya kemasan mencantumkan komposisi produk, keterangan tanggal kadaluarsa produk, kombinasi warna, berat bersih produk, label halal, berbentuk standing pouch, aluminium foil, desain dicetak langsung, sesuai isi dan berat produk, logo yang menarik, alamat produsen, tata letak tulisan pada logo sesuai, bahan pembuatan kemasan menggunakan aluminium foil tetapi kemasan lebih menarik minat konsumen.(Handayani et al., 2021)


UPPKS Susilo Utomo merupakan Home Industry yang memproduksi makanan ringan berupa keripik yaitu keripik pisang dan keripik singkong. Kemasan yang digunakan saat ini menggunakan kemasan plastik dan penambahan label pada umumnya. Kemasan juga tidak bisa di tutup kembali setelah dibuka, sehingga isi di dalam kemasan tidak bisa bertahan lama.

Selain itu bentuk label saat ini masih kurang menarik karena bagian belakang terlihat kosong atau putih polos, selain itu tidak ada keterangan berat isi, belum tercantum tanggal kadaluarsa (Expired) produk dan informasi lainnya tentang produk yang dianggap mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk keripik pisang. (Widiyanto, 2019)

Alasan saya memilih metode kansei engineering dikarenakan metode ini dianggap memiliki keunggulan terhadap metode serupa, dan metode ini memiliki kemampuan untuk menerjemahkan kebutuhan emosional konsumen kedalam parameter desain yang layak melalui teknik-teknik tertentu. Dibandingkan dengan metode kualitatif, metode ini lebih banyak menggunakan para narasumber yang beresiko mengurangi objektivitas hasil penelitian. Karakter peneliti akan mempengaruhi hasil penelitian, jadi ketika bertemu dengan peneliti lain yang karakternya berbeda maka hasilnya akan berbeda. Dan untuk metode kano, atribut yang dihasilkan hanyalah klasifikasi (kategori).



No	Nama peneliti	Judul	Sumber Refrensi	Permasalahan	Metode	Hasil
1	(Syahputra et al., 2020)	Perancangan Ulang Desain Kemasan Pasta Gigi Enzim Anak – Anak	Journal Printing and Packaging Technology Vol.1 Juli 2020. Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta, Kota Depok, Jawa Barat,	Pasta gigi Enzim Anak-Anak telah bertahan dengan desain lamanya selama 7 (tujuh) tahun, yang menyebabkan produknya tidak mampu bersaing dengan produk lainnya.	SWOT	diperoleh arahan kreatif termasuk key message, yaitu Pasta gigi dengan enzim tanpa deterjen, serta tone and manner, yang memiliki kesan modern, ceria dan segar, agar menghasilkan sebuah desain kemasan baru yang memiliki kesan lebih modern, fun dan fresh.
2	(M Aden Zaini, 2020)	Perancangan Ulang Kemasan	Penelitian Tugasakhir Mahasiswa Jurusan Teknik Industri, Institut Sains & Teknologi Akprind Yogyakarta 2020	Karena semakin banyak nya para pesaing yang tiap	<i>Kansei Engineering</i>	Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan

		Pakaian Menggunakan Metode Kansei Engineering		hari semakin meningkat, untuk itu perlu adanya inovasi baik dari segi desain pakaian, bahan, kemasan pakaian dan lainnya,		metode kansei engineering didapatkan 10 kata kansei (sepuluh) yaitu: jenis bahan bagus, bagus, elegan, beda dengan yang lain, warna menarik, bentuk kemasan, ada merk, motto, ada pegangan tali dan informasi sosial media yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan desain ulang kemasan yang lebih menarik brand Helio Supply Co.
3	(Pradhana, 2020)	Perbaikan Kemasan	Penelitian Tugas Akhir Mahasiswa, Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi	Dimana kemasan yang	<i>Kansei Engineering</i>	Spesifikasi usulan kemasan yang

		Geplak Dengan Metode Kansei Engineering Pada Ukm Geplak Bantul Bu Warti	Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta Yogyakarta 2020	digunakan merupakan kemasan yang tertutup rapat tanpa ada sirkulasi udara sehingga menyebabkan produk makanan geplak menjadi lebih cepat basi dibanding dengan kemasan yang memiliki sirkulasi udara yang baik.		didapatkan berdasarkan kansei engineering yaitu faktor keunggulan, faktor kebersihan, faktor tampilan, faktor ketahanan, faktor ukuran, faktor karakter, faktor desain. Dilakukan modifikasi pada kemasan dengan memberikan lubang pada sisi belakang kemasan untuk memberikan sirkulasi udara pada kemasan.
4	(Donida, Prastawa, & Mahacandra,	Perancangan Desain Kemasan	Donida, A. D. H., Prastawa, H., & Mahacandra, M. (2019). Perancangan Desain Kemasan Produk Carica Dengan Konsep Kansei Engineering	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui	<i>Kansei Engineering Dan Model</i>	Penelitian ini menyimpulkan kemasan yang baru

	2019)	Produk Carica Dengan Konsep Kansei Engineering Dan Model Kano	Dan Model Kano. <i>Skripsi Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro.</i>	desain seperti apakah yang dihendaki oleh konsumen produk carica sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.	<i>Kano</i>	akan berbentuk kotak dan berbahan kaca serta memiliki label yang bergambarkan buah serta memiliki tema warna jingga.
5	(Fithri, Zadry, & Turrahmi, 2022)	Kansei-Based Design For An Indonesian Traditional Food Packaging	<i>ASEAN Engineering Journal, Department of Industrial Engineering, Faculty of Engineering, Universitas Andalas, Padang 25163, West Sumatra, Indonesia Vol.12, 2022</i>	Pemerintah Kota Pariaman berencana mengembangkan kemasan sala lauak. Salah satu caranya adalah dengan menyediakan sala lauak beku.	<i>Kansei Engineering</i>	. Desain kemasan yang dipilih berupa kantong pipih berwarna merah, lengkap dengan informasi produk dan atribut kemasan.

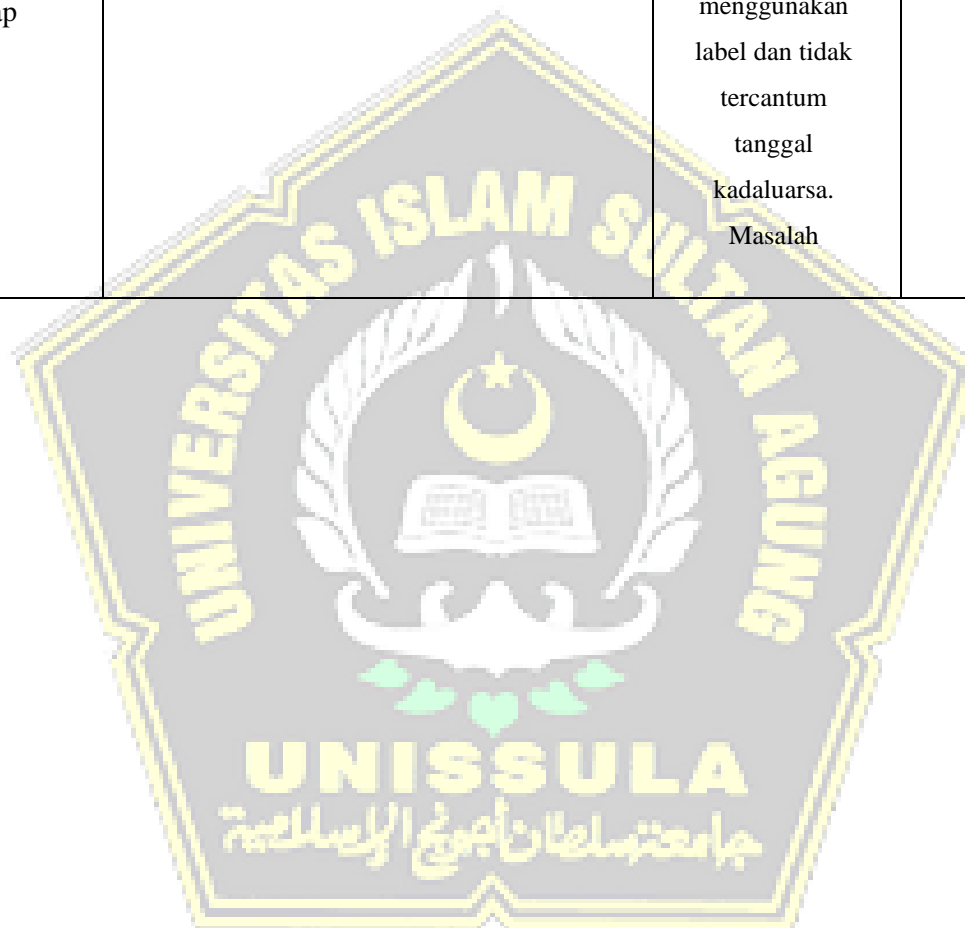
				<p>Namun, saat ini kemasan sala lauak beku belum dikembangkan oleh Pemerintah Kota Pariaman.</p>		
6	(Suzianti & Aldianto, 2020)	<p>Redesign of Product Packaging with Kansei Engineering: Empirical Study on Small-medium Enterprises in Indonesia</p>	<p>Makalah journal of technology, 24(2), 65. 2020</p>	<p>Most of the packaging in SMEs still looks modest and unattractive. The appearance design and quality of product packaging are one of the main reasons why consumers are not interested in buying SME products.</p>	<p><i>Kansei Engineering</i></p>	<p>The results show that there are four main characteristics that need to be displayed in product packaging according to the affective aspect of consumers, namely: Attractiveness, Robustness, Handy &amp; Green, and Lightness.</p>

7	(Pulungan, Hastari, & Dewi, 2019)	Perbaikan Desain Kemasan Produk Biskuit Brownies Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)	<p><i>Jurnal Teknotan</i> 13 (2): 39.<a href="https://doi.org/10.24198/jt.vol13n2.2">https://doi.org/10.24198/jt.vol13n2.2</a>.</p>	Penampilan desain visual yang kurang menarik serta bahan kemasan kurang tebal dan kokoh sehingga produk mudah patah dan pelanggan ragu membeli produknya	Quality Function Deployment (QFD)	Hasil penelitian menunjukkan atribut yang diinginkan pelanggan adalah kapasitas produk, desain grafis, dimensi, bentuk, kekuatan dan ketahanan kemasan
---	-----------------------------------	---	---	--	-----------------------------------	--



No	Nama peneliti	Judul	Sumber Refrensi	Permasalahan	Metode	Hasil
8	(Gedung & Siwabessy, 2019)	Tema Desain Sederhana Dan Modern Pada Redesain Kemasan Martabak Bangka Umyanto	<i>Jurnal Academia.Edu, Prosiding Semnas vol.no.issue.1, Politeknik Negeri Jakarta.</i>	Melakukan pembaharuan desain kemasan untuk mempertahankan usaha dan menunjang kebutuhan di masa yang akan datang serta mampu bersaing dengan ketatnya pasar	<i>Analisis SWOT</i>	Untuk mendapatkan konsep dan tema desain sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat menarik perhatian, namun tetap mempertahankan identitas dari Martabak Bangka Umyanto.
9	(Joenattan, Yuwono, & Yusuf, 2020)	Perancangan redesain kemasan mozha handmade	<i>Jurnal DKV Adiwarna, Vol 1, No 16 (2020): Creativity in New Era, pages 12</i>	Kemasan sabun Mozha yang belum memiliki ciri khas, kemasan sabun	<i>Analisis SWOT</i>	Menciptakan kemasan yang dapat melindungi produk sabun,

		face & body soap		hanya menggunakan label dan tidak tercantum tanggal kadaluarsa. Masalah		memiliki ciri khas serta memperbaiki permasalahan kemasan Mozha yang sebelumnya.
--	--	---------------------	--	---	--	--



No	Nama peneliti	Judul	Sumber Refrensi	Permasalahan	Metode	Hasil
10	(Alvionita, Hagijanto, & Hosana, 2021)	Perancangan Re-Desain Kemasan Mom's Home Kitchen	Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) p-ISSN, Vol.4, April 2021 <a href="http://senada.idbbali.ac.id">http://senada.idbbali.ac.id</a>	Mom's Home Kitchen belum memiliki identitas yang konsisten maupun desain kemasan yang menarik secara visual. Logo yang sudah ada pun tidak mendukung untuk terciptanya identitas.	<i>Analisis SWOT</i>	Dengan memiliki identitas yang baru berupa logo dan desain kemasan yang baru, Mom's Home Kitchen mampu untuk berkembang dan menciptakan diferensiasi dengan kompetitor sejenis.
11	(Aji	Re-Design	Aji Saputro Widiyanto, Ir. Eli Mas'idah, M.T, Brav Deva	Bentuk label saat ini masih kurang menarik	<i>Kansei</i>	Hasil

<p>Saputro Widiyanto, Ir. Eli Mas'idah, M.T, Brav Deva Bernadi, S.T., 2019)</p>	<p>Kemasan Keripik Pisang Menggunakan Metode Kansei Engineering</p>	<p>Bernadi, S.T., M. T. (2019). RE-DESIGN KEMASAN KERIPIK PISANG MENGGUNAKAN METODE KANSEI ENGINEERING. <i>Jurnal Universitas Islam Sultan Agung</i>. <a href="https://doi.org/10.7454/mst.v24i2.2990">https://doi.org/10.7454/mst.v24i2.2990</a></p>	<p>karena bagian belakang terlihat kosong atau putih polos, selain itu tidak ada keterangan berat isi, belum tercantum tanggal kadaluarsa (Expired) produk dan informasi lainnya tentang produk yang dianggap mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk keripik pisang</p>	<p><i>Engineering</i></p>	<p>pemilihan konsep diperoleh luaran berupa konsep desain terpilih dengan melihat nilai total score terbesar. Maka dari hasil total score terbesar terpilih konsep desain A dengan total score sebesar 3,78.</p>
---	---	---	---	---------------------------	--

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Desain Kemasan

“*Design is to design a design to produce a design*” yang memberikan pengertian bahwa ada tiga ranah dalam cakupan pengertian desain yaitu. Metode Perancangan mengenai prosedur dan proses. Konsep nilai yang terkandung didalam konten desain mengenai identitas dan makna. Desain sebagai artefak yang mencakup media dan fungsi desain. Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, warna, citra, material, tipografi dan elemen elemen desain dengan informasi pada suatu produk agar produk dapat dipasarkan.

Desain dan Media, ISBN No. 978-602-50181-1-4. Jika dilihat dari sisi perusahaan, maka desain kemasan yang diciptakan untuk membalut output yang dihasilkan lebih mengarahkan kepada pentingnya desain kemasan yang memberikan arti konsep nilai yang mencerminkan suatu identitas dan makna, dimana desain kemasan tersebut merujuk pada identitas perusahaan yang bersangkutan (apakah perusahaan memiliki posisi sebagai pemimpin pasar, sebagai pengikut pasar atau sebagai pecundang pasar), bagaimana kekuatan perusahaan tersebut dalam kreativitas, inovasi dan menggunakan daya saingnya dengan baik, serta bagaimana desain kemasan tersebut mampu mewakili perusahaan dalam menyampaikan isi pesan (makna) dari tampilan yang disajikan baik melalui media desain kemasan dalam suatu iklan (cetak & elektronik), desain kemasan yang dibuat untuk membalut produk yang dihasilkan perusahaan (desain kemasan tersebut bisa diaplikasikan untuk melekat pada kemasan primer, sekunder maupun tertier) yang dapat bermakna bahwa perusahaan sangat peduli / perhatian kepada konsumennya dengan memberikan kemewahan pada setiap produknya yang sudah langsung dapat dilihat mulai dari kemasannya, atau mungkin juga sebagai brand image suatu perusahaan ternama yang memberi kesan makna bahwa semua disajikan secara istimewa, karena ketersediaan dana yang ada, atau mungkin juga untuk berbagai alasan lainnya karena masing-masing perusahaan pasti memiliki alasan tersendiri dalam membuat setiap desain kemasan untuk produk yang dihasilkannya. (Apriyanti, 2018)

### 2.2.2 Kemasan

Kemasan atau packaging adalah suatu wadah yang menempati suatu barang agar aman, menarik, mempunyai daya pikat dari seorang yang ingin membeli suatu produk. Dapat juga menjadi media komunikasi antara produsen dengan calon konsumen, sehingga didalam desain kemasan tercantum informasi-informasi yang harus diketahui oleh calon konsumen, agar calon konsumen merasa tidak asing dengan produk yang di kemas. Semakin lengkap informasi yang tertera dikemasan persepsi dari calon pembeli semakin tau dan meyakinkan terhadap produk yang di jual yang akan dibelinya.

Pada mulanya fungsi kemasan hanya sebatas untuk melindungi barang dan mempermudah waktu membawanya agar tidak rusak sampai tujuan. Dengan ada kemasan, konsumen mendapat layanan dalam menyelamatkan barang yang dibeli dan mempunyai jaminan yang ada kepuasan tersendiri dari barang produk yang akan menjadi milik dirinya, yang akhirnya terselamatkan dari hal yang tidak diharapkan selama di perjalanan sampai tujuan. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin kompleks barulah terjadi penambahan nilai-nilai fungsional dan peranan kemasan dalam pemasaran mulai di akui sebagai satu kekuatan utama dalam persaingan pasar. (Mukhtar & Nurif, 2015)

### 2.2.3 Variabel Kemasan

Menurut Nillson & Ostrom (2005) dalam Cahyorini & Rusfian (2011), variabel desain kemasan terdiri dari 3 dimensi, yaitu: desain grafis, struktur desain, dan informasi produk:

#### 1. Desain Grafis

Desain grafis adalah dekorasi visual pada permukaan kemasan (Nilsson & Ostrom, 2005 ) dalam Cahyorini & Rusfian (2013), dan terdiri dari empat sub dimensi, yaitu: nama merek, warna, tipografi, dan gambar.

##### a) Nama Merk

Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinisikan merek (brand) sebagai nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikannya dari barang atau jasa dari satu penjual/kelompok penjual dan mendefereusiasikan dari para pesaing (Kotler &

Keller, 2012).

b) Warna

Literatur pemasaran mengungkapkan bahwa warna kemasan memiliki kemampuan untuk membangkitkan perasaan, perilaku emosi pada konsumen yang berbeda. Warna memiliki potensi untuk menciptakan kesan yang mendalam dan tahan lama serta citra produk atau merek. Dalam kemasan produk, pemasar menggunakan warna untuk menarik perhatian konsumen yang dapat menciptakan perasaan positif atau negatif tentang produk/brand tertentu. Warna kemasan mengkomunikasikan, menggambarkan, dan menampilkan fitur-fitur yang menyolok mata serta atribut intangibel dari sebuah merek (Mustikiwa & Marumbwa, 2013). Hal ini dengan demikian berarti bahwa warna membawa pesan khusus mengenai merek yang pada akhirnya menciptakan proposisi penjualan yang unik.

c) Tipografi

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

d) Gambar

Gambar (image) termasuk foto, ilustrasi, simbol/icon, dan karakter. Secara khusus gambar berfungsi pula untuk menarik perhatian, memperjelas sajian ide, mengilustrasikan/menghiasi fakta yang mungkin cepat akan dilupakan atau diabaikan tidak digambarkan (Klimchuck & Krasovec, 2007).

## 2. Struktur Desain

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

a) Bentuk

Bentuk mempengaruhi proteksi dan fungsi keamanan dalam menyentuh, menuangkan, dan menyimpan (Smith, 1993). Sedangkan menurut Nilsson & Ostrom (2005) dalam Cahyorini & Rusfian (2011) menyatakan bahwa bentuk

yang lebih sederhana lebih menarik dari pada yang biasanya, dan persegi panjang lebih banyak disukai dari pada kotak.

b) Ukuran

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

c) Material

Bahan kemasan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk . Sedangkan menurut bahan kemasan dapat membangkitkan emosi dan perasaan tertentu, biasanya tanpa orang tersebut menyadarinya (Shimp, 2000).

### 3. Informasi Produk

Salah satu fungsi kemasan adalah untuk mengkomunikasikan produk melalui informasi yang tertera dalam desain kemasan. Informasi produk dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian dengan lebih hati-hati. (Silayoi & Speece, 2005). 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.

#### 2.2.4 *Kansei Engineering*

Kansei berasal dari dua kata bahasa Jepang yaitu “Kan” dan “Sei”, kedua kata ini dapat diartikan sebagai gabungan sensitivitas atau kepekaan (Schutte, 2002). Kansei Engineering adalah jenis teknologi yang menerjemahkan perasaan pelanggan ke dalam spesifikasi desain (Lokman, 2010). Dalam metode Kansei penelitian berdasarkan emotional membutuhkan semua input sensory. Input sensory dalam tubuh sangat diperlukan guna mewakili emosi atau perasaan konsumen. Kebanyakan studi dalam pengembangan produk memanfaatkan metode rekayasa emosional, semua indera yang diperlukan digunakan (Nagamachi (2001) dalam Schutte (2002)).

Mitsuo Nagamachi, seorang psikolog, Ph.D di bidang teknik ndustri dari Hiroshima University telah menemukan kansei engineering sebagai suatu teknologi yang menerjemahkan perasaan manusia menjadi spesifikasi rancangan Nagamachi, (2011) dalam Ushada, (2016). Nagamachi memulai penelitian tentang kansei engineering melalui jasa konsultasinya pada perusahaan manufaktur di



Jepang. Dalam periode konsultasi tersebut, banyak client yang mengharapkan adanya pengembangan produk baru yang memenuhi sensasi dan perasaan psikologis manusia sehingga Nagamachi mulai untuk melakukan penelitian di bidang kansei engineering sejak 1970. Kansei Engineering adalah metode yang menerjemahkan perasaan pelanggan kedalam spesifikasi desain. Tim peneliti dan pengembangan mendefenisika perasaan pelanggan, yang disebut kansei. Kansei engineering merupakan proses rekayasa dari data kansei untuk merancang produk dan jasa.

Kebutuhan konsumen terdiri atas banyak tingkatan mulai kebutuhan yang bersifat fungsional (functionality), kegunaan (usability), dan kenyamanan (pleasurablity) Jordan, (2000) dalam Ushada, (2016). Sebagai ilustrasi perancangan dan pengembangan produk kursi dapat dilakukan mengacu pada kebutuhan fungsional, kegunaan, dan kenyamanan. Dari segi fungsional, kursi dibuat untuk memenuhi fungsi dasar kursi, yaitu untuk duduk. Dari segi kegunaan, kursi dibuat untuk memenuhi pengembangan fungsi dasar, yaitu kursi lipat untuk kemudahan pergerakan, kursi goyang untuk relaksasi, dan kursi rapat untuk pertemuan. Dari 10 segi kenyamanan, kursi dibuat sebagai kursi pengemudi mobil yang dilengkapi dengan alat pendeteksi naik-turunnya denyut nadi sebagai indicator rasa ngantuk. Dengan demikian, kursi ini akan memberikan peringatan jika denyut nadi turun sampai batas yang diatur (psikologis dan fisiologis). Kebutuhan kenyamanan yang bersifat psikologis dan fisiologis ini yang disebut sebagai kansei. Ketika seseorang mencicipi seotong kue, maka akan merasakan rasa lezat, manis, dan begitu legit di lidah. Faktor pandangan, sentuhan, dan indra rasa tersebut dapat dikategorikan sebagai parameter kansei.

Terdapat tiga titik fokus Kansei Engineering, yaitu (Nagamachi (2001) dalam Schutte (2002)):

1. Bagaimana cara memahami konsumen secara akurat.
2. Bagaimana mencerminkan dan menerjemahkan pemahaman Kansei ke dalam desain suatu produk.
3. Bagaimana menciptakan sistem dan organisasi desain yang berorientasi Kansei.(Rahmayani et al., 2015)

*Kansei Engineering* adalah cara untuk memastikan bahwa suatu produk atau layanan memunculkan respons emosional yang diinginkan. Proses ini memungkinkan untuk memodelkan sentimen atau sentimen pelanggan dan menerjemahkannya ke dalam parameter desain. Kansei berarti emosi dalam bahasa Jepang. Emosi yang dimaksud meliputi tidak hanya berpikir, tetapi juga melihat, mendengar, menyentuh, mencium, merasakan, dan mengenali pada saat yang bersamaan. Kansei engineering dikatakan lebih unggul dari metode serupa lainnya karena dapat menerjemahkan kebutuhan emosional konsumen ke dalam parameter desain konkret melalui teknologi tertentu.

Untuk mendesain suatu produk, Sistem Kansei Engineering memerlukan bantuan sistem yang mendukung perasaan dan citra (*image*) konsumen ke dalam elemen – elemen desain fisik, 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. Kansei Word ini kebanyakan dievaluasi melalui metode *Semantic Differential* dan kemudian dianalisis dengan metode statistik. 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 uji *Diferensial Semantik* adalah analisis kedua dari Teori Kuantitatif Tipe 1 Hayashi, yang melaluinya kita dapat memperoleh daftar sistematis hubungan antara kata-kata *Kansei* dan elemen desain. Kemudian dapat mengidentifikasi kata-kata sensibilitas yang memberikan item tertentu desain yang mendetail. Misalnya, jika konsumen menginginkan sesuatu yang indah, kata sensasional ini merespons dengan desain sistem yang detail. Data ini menjadi dasar dari database gambar dan regulasi. (3) Basis pengetahuan (*knowledge base*). Basis pengetahuan terdiri dari aturan yang diperlukan untuk menentukan tingkat korelasi antara detail desain dan kata-kata *Kansei*. Beberapa aturan dihasilkan dari perhitungan dalam teori kuantifikasi, beberapa dari prinsip kondisi warna, pedoman desain kasar, dan sebagainya. (4) Database desain dan warna (database desain dan warna). Detail desain diterapkan secara terpisah ke database desain

bentuk dan database warna cat. Semua detail desain terdiri dari aspek desain yang terkait dengan setiap kata sensibilitas secara keseluruhan. Basis data warna terdiri dari berbagai warna yang juga ditautkan di *Kansei Word*. Desain yang menggabungkan bentuk dan ukuran ini dikutip menggunakan sistem *inferensi* berbasis aturan tertentu dan ditampilkan secara grafis. (Mu'alim & Hidayat, 2015).

*Kansei* menjadi penting dikarenakan manusia memiliki latar belakang nilai budaya, tingkat pengetahuan yang berbeda tetapi memiliki tujuan yang sama dalam memenuhi kepuasan emosional. Tujuan *kannsei engineering* yaitu:

1. Mengetahui perasaan konsumen akan produk terkait secara psikologis dengan teknik SD (Semantic Differensial) yang dikembangkan oleh Osgood.
2. Mengidentifikasi karakteristik dari desain produk berdasarkan kansei customers, Langkah identifikasi dapat dilakukan dengan survei atau melakukan penelitian atau percobaan untuk mengamati elemen-elemen terkait.
3. Membangun Kansei Engineering sebagai sebuah teknologi.
4. Menyesuaikan desain produk dengan perubahan dan persepsi social yang sedang terjadi dengan keinginan konsumen. (Widiyanto, 2019)

## **2.3 Hipotesis dan Kerangka Teoritis**

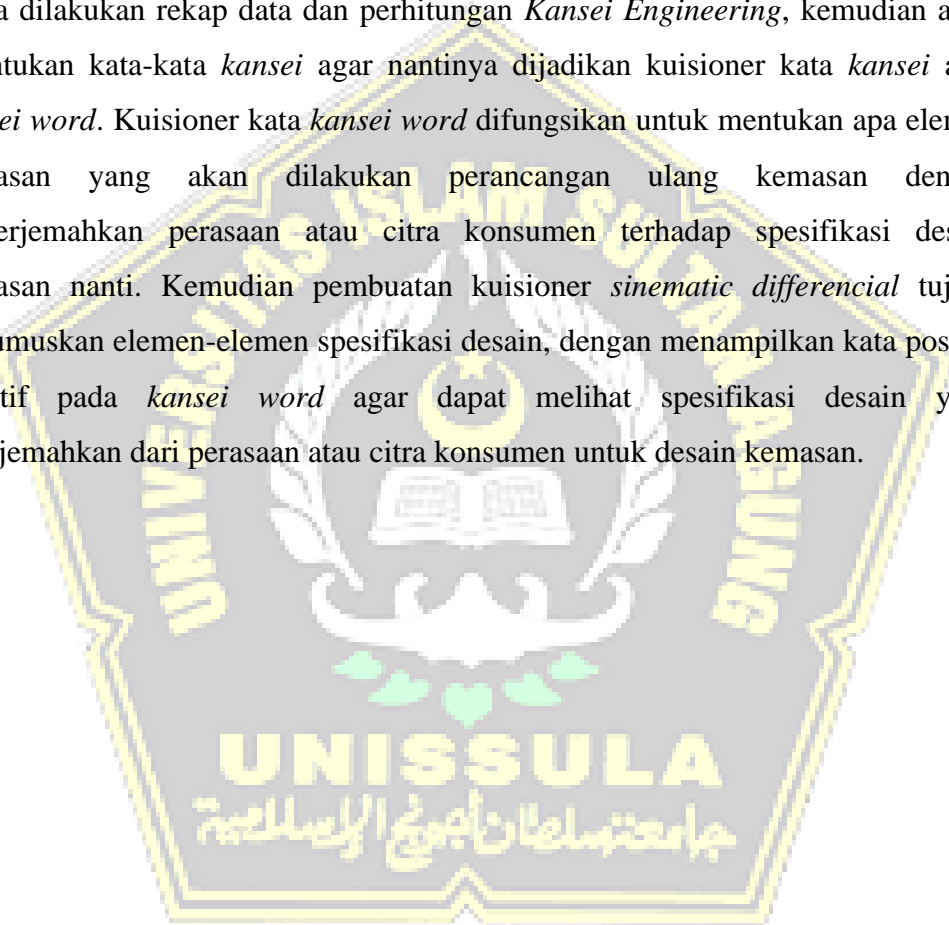
### **2.3.1 Hipotesis**

Sebagaimana dikutip dari buku Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif (2021) karya Muhammad Darwin, Fraenkel dan Wallen mengartikan hipotesis sebagai prediksi atas kemungkinan hasil dari suatu penelitian.

Menurut Dantes, hipotesis merupakan praduga yang harus diuji kebenarannya lewat data atau fakta yang diperoleh melalui penelitian. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Mugi Berkah di Penggaron, Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan desain yang menarik dilihat konsumen dimana pada desain sebelumnya terlihat polos dan kurang menarik serta kurangnya informasi pada produk, untuk perancangan ulang kemasan menggunakan pendekatan metode *kansei engineering* karena metode ini menerjemahkan perasaan atau citra pelanggan kedalam spesifikasi desain. Saat ini banyak para produsen berlomba-lomba membuat olahan jajanan yang produksinya laku di pasaran dari hal tersebut

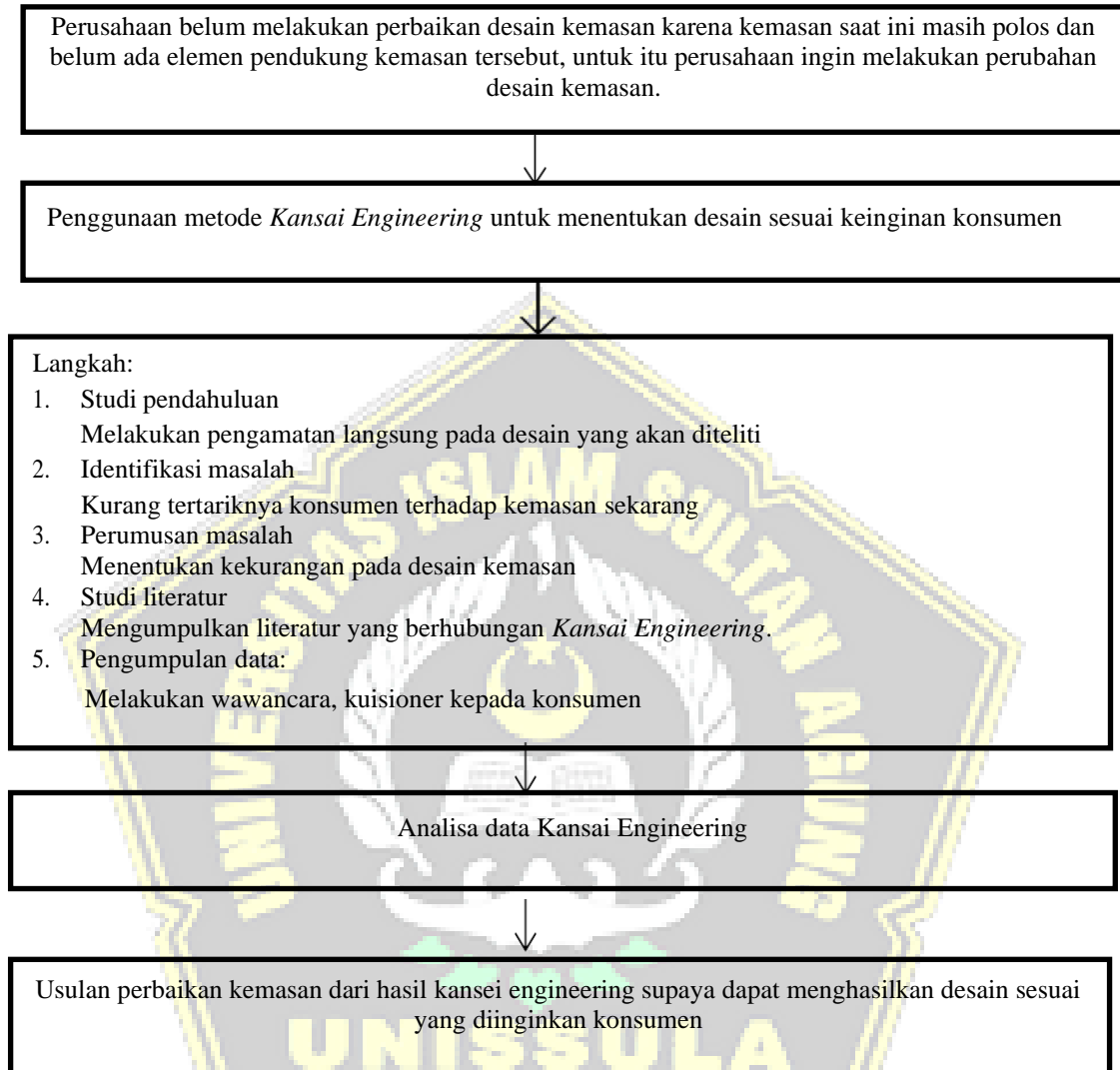
para produsen membuat produk desain kemasan yang menarik agar para konsumen tertarik akan membeli. Selain desain yang menarik, informasi yang ada didalam kemasan juga mempengaruhi minat pembeli. informasi yang sesuai dengan isi kemasan atau menggambarkan semua informasi apa saja yang ada di dalam kemasan juga akan membuat konsumen tertarik.

Untuk mengetahui keinginan konsumen maka akan dilakukan pendekatan kepada konsumen dengan cara menyebar kuisisioner. Dari data yang diperoleh maka dilakukan rekap data dan perhitungan *Kansei Engineering*, kemudian akan ditentukan kata-kata *kansei* agar nantinya dijadikan kuisisioner kata *kansei* atau *kansei word*. Kuisisioner kata *kansei word* difungsikan untuk menentukan apa elemen kemasan yang akan dilakukan perancangan ulang kemasan dengan menerjemahkan perasaan atau citra konsumen terhadap spesifikasi desain kemasan nanti. Kemudian pembuatan kuisisioner *sinematic diferencial* tujuan merumuskan elemen-elemen spesifikasi desain, dengan menampilkan kata positif-negatif pada *kansei word* agar dapat melihat spesifikasi desain yang diterjemahkan dari perasaan atau citra konsumen untuk desain kemasan.



### 2.3.2 Kerangka Teoritis

Berikut ini merupakan skema dari kerangka berpikir penelitian:



Gambar 2. 1 Kerangka Teori

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pengumpulan Data**

##### **3.1.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian untuk mengumpulkan data dimulai dari 6 Maret sampai 6 Mei 2023. Tempat penelitian ini mengambil study kasus diproduk Mustika Snack onde-onde ketawa.

##### **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data terdiri atas dua hal yaitu:

a) Studi literatur

Merupakan metode pengumpulan data atau sumber yang sesuai yaitu buku, jurnal, laporan tugas akhir, atau referensi yang bersangkutan dengan judul penelitian.

b) Studi lapangan

Dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang diambil langsung dimasyarakat lingkungan UMKM Mugi Berkah dengan cara menyebar kuisisioner kepada masyarakat.

##### **3.3 Pengujian Hipotesa**

Dari data yang sudah didapat, kemudian dilakukan pengujian data sebagai berikut:

###### **3.3.1 Pengolahan Data Kansei Engineering dari Kuisisioner**

Dari data yang diperoleh dari kuisisioner akan direkap kemudian akan ditentukan kata-kata *kansei* untuk nantinya dijadikan kuisisioner kata *kansei* atau kansei word. Kuisisioner kansei *word* difungsikan untuk menentukan apa saja elemen kemasan yang akan dirancang dalam perancangan ulang kemasan dengan menerjemahkan perasaan atau citra konsumen terhadap spesifikasi desain.

###### **3.3.2 Pembuatan Kuisisioner Semantic Differensial**

Kuisisioner semantic differensial mempunyai tujuan merumuskan elemen atau atribut spesifikasi desain dengan menampilkan negatif-positif kansei word agar dapat melihat spesifikasi kemasan seperti apa yang telah diterjemahkan dari

perasaan atau citra konsumen untuk desain kemasan selanjutnya.

### 3.3.3 Uji Kecukupan Data

Digunakan untuk menguji dan mengetahui, apakah data hasil tingkat kepercayaan dan ketelitian telah memenuhi atau tidak. Syarat uji kecukupan data adalah apabila  $N'$  (hasil dari perhitungan) lebih kecil dari  $N$  (jumlah data yang ada). Dengan persamaan :

$$N' = \left[ \frac{k/s \sqrt{N \sum x^2 - (\sum x)^2}}{\sum x} \right]$$

Keterangan :

$N'$  = Jumlah pengamatan yang seharusnya dilakukan

$k$  = Tingkat kepercayaan dalam pengamatan

Jika tingkat keyakinan 99%, maka  $k=2,58 \approx 3$

Jika tingkat keyakinan 95%, maka  $k=1,96 \approx 2$

Jika tingkat keyakinan 68%, maka  $k \approx 1$

$s$  = derajat ketelitian dalam pengamatan

Jika tingkat keyakinan 99% maka  $s=1\%$

Jika tingkat keyakinan 95% maka  $s=5\%$  dst

$N$ =jumlah pengamatan yang sudah dilakukan

$x$  = data pengamatan

### 3.3.4 Uji Validitas dan Realiabilitas

Menggunakan software SPSS dengan signifikansi 0.05 serta derajat kebebasan  $(n-2)$ , dimana  $n$  adalah jumlah kuesioner yang digunakan dalam uji kecukupan data.

#### 1) Uji Validitas

Dalam uji ini bertujuan untuk memperlihatkan, apakah Kansei Word yang diuji dalam kuesioner dapat menjelaskan gambaran dari kemasan, bernilai valid atau tidak untuk kedepannya bisa menjadi acuan dalam pembuata desain kemasan baru.

Hipotesis,  $H_0$ = nilai variabel dan nilai faktor berhubungan valid.

$H_1$ = nilai variabel dan nilai faktor tidak valid berhubungan

$H_0$  diterima jika  $r$  kalkulasi  $\geq r$  table dan  $H_0$  ditolak jika  $r$  kalkulasi  $< r$  table.

## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana hasil dari variabel yang terpilih dapat dipercaya atau bisa dikatakan reliable

Hipotesis,  $H_0$  = nilai variabel dan nilai faktor berhubungan reliable

$H_1$  = nilai variabel dan nilai faktor tidak reliable berhubungan

$H_0$  diterima jika  $r$  alpha  $\geq r$  tabel dan  $H_0$  ditolak jika  $r$  alpha  $< r$  tabel.

### 3.3.5 Pembuatan Desain

Pembuatan ulang desain kemasan sesuai elemen yang terpilih melalui penyebaran kuisisioner. Pembuatan desain kemasan akan menggunakan *software adobe illustrator*.

### 3.3.6 Pemilihan Desain

Pemilihan dilakukan dengan memberikan form untuk kemudian diisi oleh pihak pemilik agar mengetahui konsep perancangan ulang desain kemasan yang akhirnya akan digunakan.

### 3.4 Metode Anaisis

Metode analisi adalah langkah-langkah analisa yang harus ditentukan terlebih dahulu sebelum penyelesaian masalah sehingga penelitian bisa dilaksanakan dengan terencana, runtut, sistematis dalam menganalisa permasalahan yang ada.

### 3.5 Pembahasan

Dalam penelitian ini yang akan dibahas berupa identifikasi atribut *kansei engineering*, agar mengetahui elemen apa saja yang akan diinput kedalam pembuatan desain kemasan produk yang sesuai keinginan konsumen.

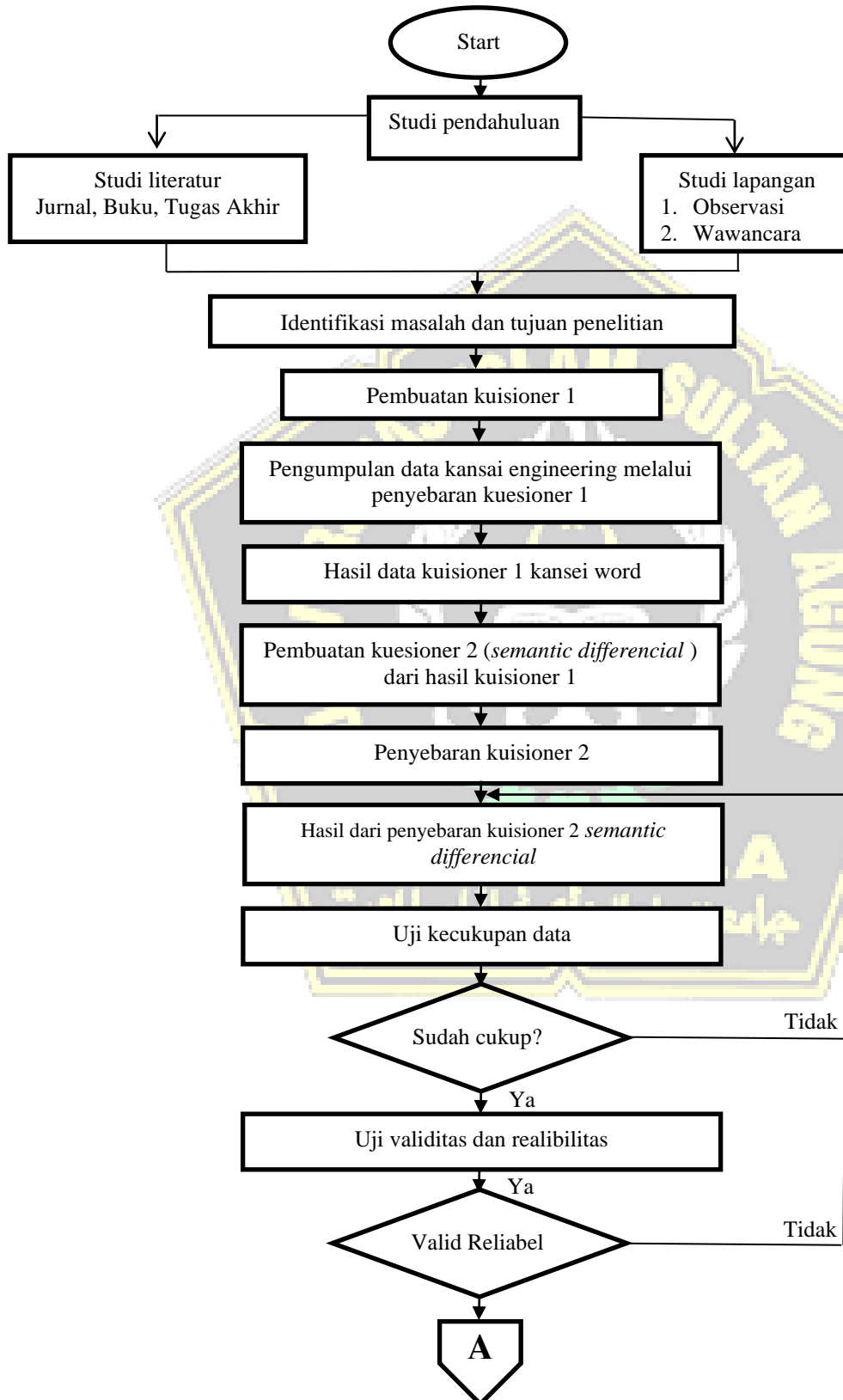
### 3.6 Penarikan Kesimpulan

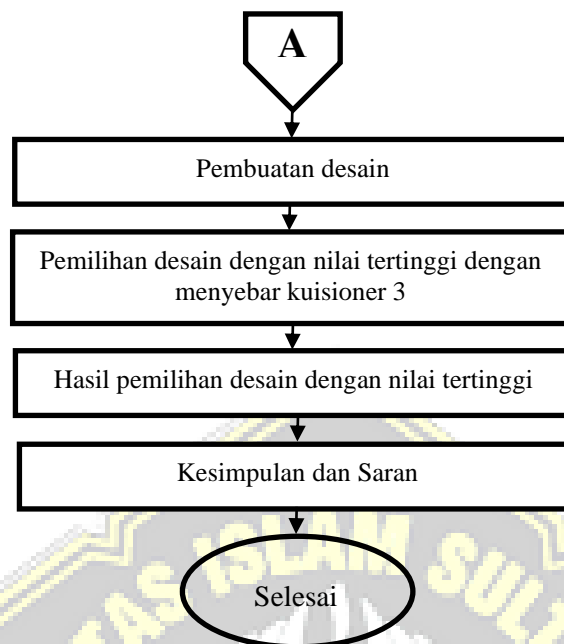
Hasil pengolahan data dapat ditarik kesimpulan sebagai akhir dari penelitian.



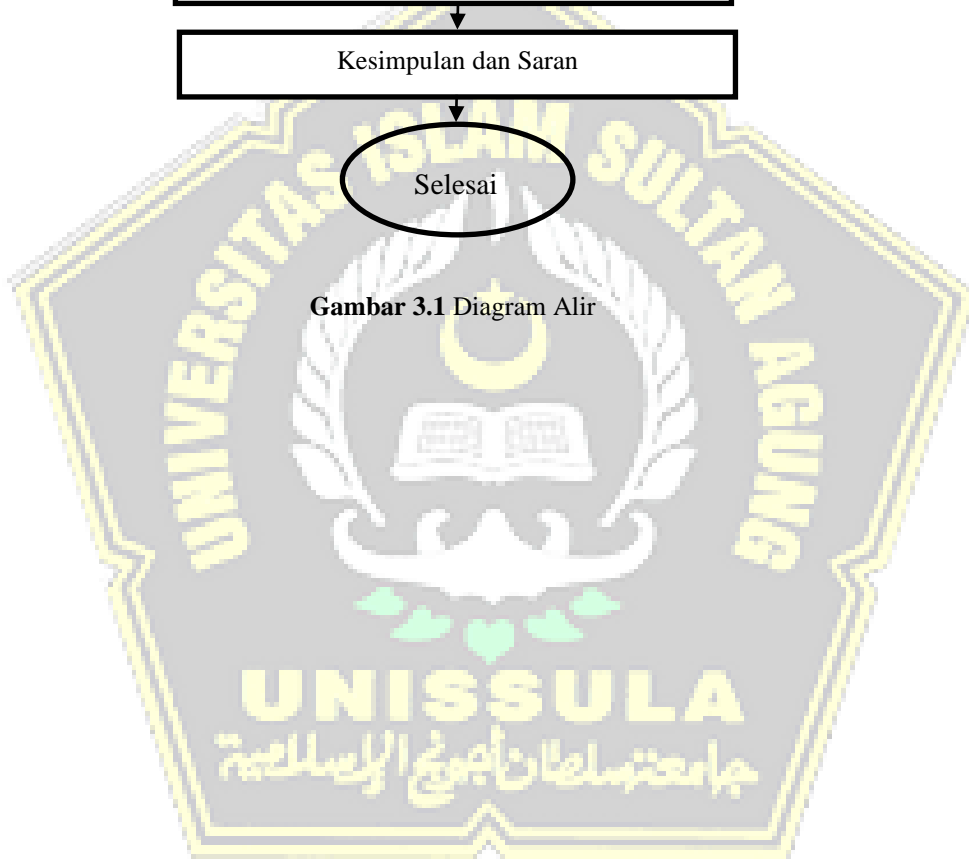
### 3.7 Diagram alir Penelitian

Diagram alir penelitian menjelaskan tentang alur dan tahapan dimulai dari awal penelitian sampai akhir penelitian. Berikut adalah diagram alir penelitian:





Gambar 3.1 Diagram Alir



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Pengumpulan Data

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, pengumpulan data, penelitian serta pengolahan data penelitian yang hasilnya akan digunakan untuk analisa.

##### 4.1.1 Penentuan *Kansei Word*

Kata-kata kansei merupakan ekspresi atau pendapat yang disampaikan oleh responden saat dilakukan proses pembagian kuisisioner. Responden diajukan pertanyaan tentang perubahan apa yang diinginkan responden pada desain kemasan dari produk onde-onde ketawa. Kuisisioner disebarakan disekitar UMKM yang mengenal atau mengetahui produk dari UMKM tersebut. Dari hasil kuisisioner yang disebarakan menyatakan bahwa dari 40 responden, 33 responden menyatakan perlu dilakukan desain ulang kemasan dan 7 responden tidak menginginkan desain ukang kemasan dan bisa dilihat dihalaman lampiran.

Berikut adalah hasil dari penyebaran kuisisioner dari jumlah responden sebanyak 40 orang :

**Tabel 4.1** Rekap hasil penyebaran kuisisioner 1

1. Apakah anda mengenal produk Mustika snack onde-onde ketawa?		
Jawaban	Ya	Tidak
Jumlah	35	5
Total	40	

2. Dengan desain kemasan saat ini, apakah produk kelihatan masih sesuai dengan harapan?		
Jawaban	Ya	Tidak
Jumlah	26	14
Total	40	

Tabel Lanjutan

3. Apakah perlu desain ulang kemasan produk Mustika snack onde-onde ketawa? Berikan alasannya?		
Jawaban	Ya	Tidak
Jumlah	33	7
Total	40	

4. Apa kelemahan dari kemasan yang ada saat ini, bila ada sebutkan?	
Responden	Jawaban
1	kemasannya dikasih logo, informasi kemasan jelas, tanggal kadaluarsa, warna terlalu polos.
2	dibuat logo, informasinya harus jelas, tgl dibuat dan harus ada kadaluarsa.
3	kurang menarik pembeli, kemasan terlalu jadul, dan kemasannya tidak bisa ditutup kembali.
4	habis dibuka tdk bisa ditutup, pada kemasan kurang menarik.
5	kemasan tidak bisa dibuka tutup kembali.
6	kurang menarik warnanya, tdk bisa ditutup kembali.
7	kemasan terlalu minimalis sehingga kurang menjual.
8	terlihat sederhana dan kurang menarik.
9	terlalu simpel, tidak ada komposisi produk, dan kemasan bening.
10	terlalu simpel, tidak ada komposisi bahan kuenya, dan kemasan plastik bening.
11	terlalu polos dan kurang menarik konsumen.
12	label kemasan terlalu kecil.
13	komposisi snack, warna kemasan, dengan kemasan dikasih warna desain kemasan menarik mungkin akan menarik.
14	terlalu simpel dan kurang menarik.
15	simpel dan saat dibuka tdk dapat ditutup kembali.
16	-
17	-
18	terlalu biasa atau polos sudah ditemukan dimana-mana.
19	packaging terlalu standar, kurang informasi kemasan, adanya komposisi, ket.gizi, dan bisa dibuka tutup.
20	kemasan terlalu biasa dan sudah banyak ditemukan diberbagai tempat.
21	kurang menarik pada kemasan yang lama.
22	warna kurang menarik, terlalu tipis, bahan baku kemasan diganti dengan bahan yang mudah diurai.
23	tidak ada komposisi bahan, tidak adanya logo halal, kemasan terlalu monoton dan

	kurang menarik.
24	-
25	tidak ada perubahan masih kurang menarik dalam segi desain, tidak adanya slogan penjualan dan komposisi yang jelas.
26	-
27	kemasan sekarang tidak ada informasi yang jelas dan terlihat tidak menarik.
28	setelah dibuka tidak bisa ditutup kembali, kurangnya info dengan jelas.
29	label sekarang kecil terlebih lagi warna pada label tidak mencolok, tidak adanya info pada label saat ini.
30	pada kemasan saat ini tidak terdapat zippernya, kurangnya informasi isi produk dan warnanya kelihatan monoton tidak menarik.
31	warna kurang menarik, untuk kemasan saat ini belum ada komposisi yang jelas.
32	-
33	tidak lengkap info dikemasan seperti komposisi, slogan ketertarikan dll.
34	masih biasa saja tidak ada menariknya sama sekali disegi kemasan.
35	tidak bisanya ditutup setelah dibuka dan warna pada pada kemasantidak menarik sama sekali.
36	-
37	-
38	tidak bisa ditutup kembali setelah dibuka, kemasan biasa saja.
39	label kecil dan warna yang disajikan tidak cerah cenderung rada gelap.
40	tidak tepatnya pemilihan warna dengan isi kemasan, minim sekali informasi kemasan saat ini.

5. Perbaikan seperti apa yang anda inginkan pada kemasan produk yang ada saat ini ?	
Responden	Jawaban
1	kemasan dibuat cerah warnanya, dibuat logo agar tertarik, komposisi pada kemasan tercantum, tulisan pada kemasan dibuat jelas, desain lebih modern.
2	dibuat logo supaya konsumen tertarik, komposisi dituliskan pada kemasan, adanya tulisan halal, nilai kandungan, komposisi harus jelas.
3	perlu memodernkan kemasan seperti yg diharapkan anak muda jaman sekarang, dan yang penting perlu ditambahkan zeper pada kemasan.
4	dikasih klip biar bisa dibuka tutup, warnanya dibuat lebih menarik.
5	kemasan dibuat stiker yang lebih diperindah kembali seperti exp, komposisi, logo, tulisan lebih menarik, informasi nilai gizi dsb.
6	dibuat menarik warnanya, bisa ditutup kembali, informasi isi tertera.
7	desain teralu minimalis terkesan membosankan sehingga perlu didesain inovatif, perlu ditambahkan ziplock agar produk tetap terjaga, penambahan komposisi dan nilai gizi produk.

8	menambah komposisi produk dan desain serta menambahkan tgl exp.
9	kemasan aluminium foil, tahan lama dan menyertakan komposisi produk, serta menyatakan tgl kadaluarsa.
10	kemasan aluminium foil, tahan minyak dan tidak bocor bila disimpan lama.
11	harus dibuat menarik dan dikasih kata-kata yang menarik konsumen.
12	label kemasan diperbesar dan warna kemasan diperbagus.
13	tambahkan informasi kemasan/komposisi snack, tambahkan warna pada kemasan.
14	mungkin kemasannya harus diberi warna supaya lebih menarik.
15	pada kemasan dibuat agar mudah ditutup rapat sehingga pada saat ingin dikonsumsi snack masih fresh dan segar.
16	-
17	-
18	mungkin kemasan bisa ditampilkan menarik lagi, tulisannya lebih diperbagus dan logonya juga.
19	packaging diberikan warna kemasan atau menggunakan kemasan modern, dibuatnya informasi yang jelas seperti diberikan alamat, nomor telpon, atau akun penjualan online, gizi, tgl diproduksi dan exp, kemasan dibuat mudah bisa dibuka tutup. Untuk kemasan bagian belakang dibuat komposisinya, kemudian adanya kadar
20	dalam kemasan bisa ditampilkan lebih menarik lagi, dari logo produk maupun gambar dsb.
21	pembuatan kemasan yang lebih modern dan menarik.
22	seharusnya warna kemasan dibuat berbeda dengan produsen lainnya, kemasan yang digunakan harus lebih tebal supaya produk awet/tidak mlempek, diganti dgn bahan yg berkualitas dgn begitu akan menarik pelanggan.
23	lebih jelas komposisi bahannya, dibuat lebih menarik dan berwarna.
24	-
25	untuk zaman modern ini sebaiknya desainnya dibuat menarik, warna diperbagus dan komposisi yang jelas.
26	-
27	warna pada kemasan bisa dipercantik sehingga terlihat bagus jika dilihat dan informasi pada kemasan tertera.
28	saya saran pada warna kemasan/label lebih menarik dan variatif dikasih informasi jelas seperti kontak yg bisa dihubungi, informasi bahan, berat kemasan dan tgl kadaluarsa.
29	label kemasan dibuat bagus yg ada pada kemasan modern saat ini, terlihat terang warnanya dan tulisan yg ada pada kemasan nanti bisa diperjelas.
30	menggunakan zipper agar tidak repot mencari wadah setelah dibuka, informasi isi diperjelas agar tidak bingung, dan warnanya diperbagus agar menarik pembeli.

Tabel Lanjutan

Responden	Jawaban
31	desainnya dibuat menarik supaya pembeli suka, dikasih komposisi, tgl exp, berat kemasan itu juga belum ada.
32	-
33	diberikan info pada kemasan dan slogan agar pembeli tertarik, dibuat unik pokoknya
34	dibuat menarik lagi kemasan juga dilengkapi informasi isi kemasan.
35	dikasih klip biar bisa ditutup kembali setelah dibuka, warna didesain menarik.
36	-
37	-
38	dikasih klip agar bisa ditutup setelah dibuka, desain kemasan dibuat warna yang menarik dan tulisan jelas.
39	kemasan bisa dibuat modern, komposisi dan berat produk tertera sehingga jelas.
40	pada kemasan terlihat unik dan dikasih informasi kemasan yang diperlukan agar tidak bingung.

Berikut adalah hasil dari kuisioner 1 dari pertanyaan nomer 5.

Tabel 4.2 Hasil dari kuisioner 1

No	hasil kuisioner	jumlah
1	ada tgl produksi	1
2	adanya tulisan halal	1
3	berat kemasan	3
4	bisa ditutup Kembali	5
5	desain dibuat menarik	2
6	desain inovatif	2
7	desain lebih modern	5
8	dibuat logo agar tertarik	2
9	dikasih exp	5
10	informasi isi tertera	5
11	informasi jelas	4
12	kata-kata menarik (slogan)	2
13	kemasan alumunium foil	2
14	kemasan dibuat cerah	2
15	kemasan dibuat inovatif	1
16	kemasan menarik	6
17	Kemasan modern	1
18	komposisi jelas	9
19	komposisi kemasan tercantum	6
20	kontak yang bisa dihubungi	1

21	label kemasan diperbesar	1
22	logo menarik	4
23	nilai kandungan gizi	4
24	perlu ditambahkan zipper	4
25	stiker lebih diperindah	1
26	tahan lama/kuat	3
27	tahan minyak	1
28	tulisan dibuat jelas	3
29	tulisan dibuat menarik	2
30	tulisan diperbagus	1
31	Unik	15
32	warna dibuat menarik	6
33	warna dipercantik	1
34	warna kemasan bagus	4
35	warna terang	1

Berikut adalah pemilihan kata *kansei* yang dipilih oleh owner dari sumber referensi yang kemudian dipilih dan dikelompokkan.

**Tabel 4.3** Pemilihan kata *kansei* yang dipilih oleh owner

No	Kata Positif	Keteranngan	Kata Negatif	keterangan
1	Ada contact person	14	Tidak ada contact person	1
2	Kemasan mudah dikenali	9	Kemasan sulit dikenali	
3	Kemasan terlihat unik	13	Kemasan terlihat biasa	
4	Kemasan tidak mudah sobek	11	Kemasan mudah sobek	
5	Bisa ditutup kembali setelah dibuka	16	Tidak bisa ditutup kembali setelah dibuka	
6	mudahnya dibuka	16	Sulitnya dibuka	
7	Warna cenderung lebih cerah	14	Warna cenderung gelap	
8	Warna lebih Menarik	16	Warna kurang menarik	
9	Warna dibuat serasi	9	Warna dibuat tidak serasi	
10	kemasan terlihat rapi	9	Kemasan terlihat berantakan	
11	berciri khas	11	Tidak berciri khas	
12	isi mudah untuk diambil	7	Isi sulit untuk diambil	
13	kemasan dapat melindungi isi	17	Kemasan tidak dapat melindungi isi	
14	informasi isi kemasan jelas	18	Informasi sis kemasan samar	
15	mudah untuk dibawa	7	Sulit untuk dibawa	
16	Ada kode dinas Kesehatan	9	Tidak ada kode dinas kesehatan	
17	Komposisi dari produk	15	Komposisi dari produk samar	



	jasas			
18	Kemasan tebal	7	Kemasan tipis	2
19	Dapat melindungi produk	6	Tidak dapat melindungi produk	
20	Terdapat alamat produksi	6	Tidak terdapat alamat produksi	
21	Posisi kemasan vertical	3	Posisi kemasan horizontal	1
22	logo yang menarik	14	Logo yang biasa	

Penentuan Kansei Word didasarkan kepada citra dari kebutuhan atribut-atribut kemasan yang diperlihatkan. Selain itu penentuan Kansei Word pada responden didasarkan pada pengalaman dari konsumen yang pernah membeli ataupun mengetahui produk tersebut. Jumlah sampel diambil dari 40 responden, Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2014) yang mengatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuesioner adalah 30 responden. (Eva, Nur Amalia RSetia Dianingati RAnnisaa, 2022)

Dari 40 responden didapat kata kansai sebagai berikut :

**Tabel 4.4** Hasil pengumpulan *Kansei Word* dari responden dan ditambahkan dengan pilihan dari owner.

No	Hasil kuisisioner	Jumlah	Sumber kata
1	Ada kode dinas Kesehatan	9	Table 4.3 nomer 16
2	ada tgl produksi	1	Tabel 4.2, nomer 1
3	adanya tulisan halal	1	Tabel 4.2, nomer 2
4	berat kemasan	3	Tabel 4.2, nomer 3
5	berciri khas	11	Table 4.3 nomer 11
6	Bisa ditutup kembali	21	Table 4.3 nomer 5, Tabel 4.2, nomer 4
7	Dapat melindungi produk	6	Table 4.3 nomer 19
8	desain dibuat menarik	2	Tabel 4.2, nomer 5
9	desain inovatif	2	Tabel 4.2, nomer 6
10	desain lebih modern	5	Tabel 4.2, nomer 7
11	Dibuat logo agar tertarik	2	Tabel 4.2, nomer 8
12	dikasih exp	5	Tabel 4.2, nomer 9
13	informasi isi tertera	5	Tabel 4.2, nomer 10
14	informasi jelas	22	Table 4.3 nomer 14, Tabel 4.2, nomer 11
15	isi mudah untuk diambil	7	Table 4.3 nomer 12
16	kata-kata menarik (slogan)	2	Tabel 4.2, nomer 12

17	kemasan alumunium foil	2	Tabel 4.2, nomer 13
18	kemasan dapat melindungi isi	17	Table 4.3 nomer 13
19	kemasan dibuat cerah	2	Tabel 4.2, nomer 14
20	kemasan dibuat inovatif	1	Tabel 4.2, nomer 15
21	kemasan menarik	6	Tabel 4.2, nomer 16
22	Kemasan modern	6	Tabel 4.2, nomer 17
23	Kemasan mudah dikenali	9	Table 4.3 nomer 2
24	Kemasan tebal	7	Table 4.3 nomer 18
25	kemasan terlihat rapi	9	Table 4.3 nomer 10
26	Kemasan terlihat unik	28	Tabel 4.2, nomer 31 Table 4.3 nomer 3
27	Kemasan tidak mudah sobek	11	Table 4.3 nomer 4
28	komposisi jelas	24	Tabel 4.2, nomer 18 Table 4.3 nomer 17
29	komposisi kemasan tercantum	6	Tabel 4.2, nomer 19
30	kontak yang bisa dihubungi	15	Tabel 4.2, nomer 20 Table 4.3 nomer 1
31	label kemasan diperbesar	1	Tabel 4.2, nomer 21
32	Logo menarik	18	Tabel 4.2, nomer 22 Table 4.3 nomer 22
33	mudah untuk dibawa	7	Table 4.3 nomer 15
34	mudahnya dibuka	16	Table 4.3 nomer 6
35	nilai kandungan gizi	4	Tabel 4.2, nomer 23
36	Perlu ditambahkan zepper	4	Tabel 4.2, nomer 24
37	Posisi kemasan vertical	3	Table 4.3 nomer 21
38	stiker lebih diperindah	1	Tabel 4.2, nomer 25
39	tahan lama/kuat	3	Tabel 4.2, nomer 26
40	tahan minyak	1	Tabel 4.2, nomer 27
41	Terdapat alamat produksi	6	Table 4.3 nomer 20
42	tulisan dibuat jelas	3	Tabel 4.2, nomer 28
43	tulisan dibuat menarik	2	Tabel 4.2, nomer 29
44	tulisan diperbagus	1	Tabel 4.2, nomer 30
45	Warna cenderung lebih cerah	14	Table 4.3 nomer 7
46	warna dibuat menarik	22	Table 4.3 nomer 8 Tabel 4.2, nomer 32
47	Warna dibuat serasi	9	Table 4.3 nomer 9

48	warna dipercantik	1	Tabel 4.2, nomer 33
49	warna kemasan bagus	4	Tabel 4.2, nomer 34
50	warna terang	1	Tabel 4.2, nomer 35

Dari hasil penyebaran kuisioner diatas selanjutnya dilakukan identifikasi kata kansei dengan cara mengelompokkan kata yang bermakna sama. Pengelompokan ini bertujuan untuk memper sempit kata kansei tetapi tetap mewakili citra responden dan mencakup semua kata kansei yang telah didapat.

**Tabel 4.5** Pengelompokan kata kansei yang bermakna sama

No	Hasil kuisioner	Pengelompokan kata
1	Bisa ditutup kembali	Ada pelekat
2	Perlu ditambahkan zipper	
3	mudahnya dibuka	
4	Dibuat logo agar tertarik	Berlogo
5	Logo menarik	
6	ada tgl produksi	Informatif
7	Ada kode dinas kesehatan	
8	adanya tulisan halal	
9	berat kemasan	
10	dikasih exp	
11	Terdapat alamat produksi	
12	informasi isi tertera	
13	informasi jelas	
14	komposisi jelas	
15	komposisi kemasan tercantum	
16	kontak yang bisa dihubungi	Inovatif
17	label kemasan diperbesar	
18	nilai kandungan gizi	
19	desain dibuat menarik	
20	desain inovatif	
21	desain lebih modern	
22	kemasan dibuat cerah	
23	kemasan dibuat inovatif	
24	kemasan terlihat rapi	
25	kemasan menarik	

26	Kemasan mudah dikenali	
27	Kemasan modern	
28	Posisi kemasan vertikal	
29	berciri khas	
30	Kemasan terlihat unik	
31	stiker lebih diperindah	
32	kemasan alumunium foil	Kuat
33	Kemasan tidak mudah sobek	
34	tahan lama/kuat	
35	tahan minyak	
36	Kemasan tebal	
37	Dapat melindungi produk	
38	kemasan dapat melindungi isi	Tulisan Jelas
39	tulisan dibuat jelas	
40	tulisan dibuat menarik	
41	tulisan diperbagus	Slogan
42	kata-kata menarik (slogan)	
43	isi mudah untuk diambil	Praktis
44	mudah untuk dibawa	
45	warna dibuat menarik	Warna menarik
46	Warna cenderung lebih cerah	
47	Warna dibuat serasi	
48	warna dipercantik	
49	warna kemasan bagus	
50	warna terang	

Sehingga terdapat 9 kansei word yang akan dimasukkan pada tahap pengisian kuisioner.

**Tabel 4.6** Penetapan Elemen desain kansei word yang sudah dikelompokkan

No	Kata kansei
1	Ada pelekat
2	Berlogo
3	Informatif
4	Inovatif
5	Kuat
6	Tulisan Jelas

7	Slogan
8	Praktis
9	Warna menarik

#### 4.1.2 Penyusunan Evaluasi Kuisisioner *Semantic Differential*

Berdasarkan *kansei word* yang didapatkan dari penyebaran kuisisioner dengan responden, maka langkah selanjutnya adalah penyusunan dengan cara membuat kuisisioner *semantic differential*. Untuk penyebaran kuisisioner pada penelitian ini ditujukan kepada lingkungan sekitar UMKM dan konsumen yang pernah membeli ataupun mengetahui produk tersebut, dengan jumlah sampel yang ditentukan yaitu sebanyak 40 responden dan diisi berdasarkan skala gambar kemasan terkait. Pengisian kuisisioner *semantic differential* disajikan dalam dua kata yang berlawanan. Hal tersebut bertujuan agar responden dapat menilai atribut yang perlu ditambahkan pada kemasan dengan melihat gambaran kemasan yang ada pada saat ini, perlu atau tidaknya ditambahkan pada desain kemasan yang baru nantinya. Berikut penjelasan 5 skala yang diterapkan pada kuisisioner *semantic differential*.

Skala 1: Jika tidak menginginkan perubahan akan kemasan yang ada saat ini.

Skala 2 : Jika cukup menginginkan perubahan akan kemasan yang ada saat ini.

Skala 3 : Jika netral dalam menginginkan perubahan akan kemasan yang ada saat ini.

Skala 4 : Jika menginginkan perubahan akan kemasan yang ada saat ini.

Skala 5 : Jika sangat menginginkan perubahan akan kemasan yang ada saat ini.

Tabel 4.7 Bentuk Kuesioner *Semantic Differential*

No	Kata Negatif	Skala					Kata Positif
		1	2	3	4	5	
1	Tidak ada pelekak						Ada pelekak
2	Tidak berlogo						Berlogo
3	Tidak Informatif						Informatif
4	Tidak Inovatif						Inovatif
5	Lemah						Kuat
6	Tulisan samar-samar						Tulisan Jelas
7	Tidak ada Slogan						Slogan

8	Rumit						Praktis
9	Warna Tidak Menarik						Warna menarik

Tabel 4.8 Penjelasan Positif dan Negatif

No	<i>Kansei word</i>			
	Kata positif	Pengertian	Kata Negatif	Pengertian
1	Ada peleka T	Agar mudah dibuka dan ditutup kembali	Tidak ada pelekat	Tidak bisa ditutup kembali setelah dibuka, jadi sekali dibuka harus dihabiskan
2	Berlogo	Simbol produk	Tidak berlogo	Tidak memiliki simbol produk
3	Informatif	Dapat memberikan informasi terkait produk yang dibuat	Tidak Informatif	Kurang memberikan informasi terkait produk yang dibuat
4	Inovatif	Pembaharuan yang lebih baik dari kemasan sebelumnya	Tidak Inovatif	Tidak memiliki perbedaan dengan kemasan sebelumnya
5	Kuat	Mampu menjaga isi produk	Lemah	Tidak mampu menjaga isi produk
6	Tulisan Jelas	merupakan tingkatan ukuran seberapa mudah teks dapat dibaca.	Tulisan samar-samar	Sulitnya teks dalam kemasan tidak dapat dibaca
7	Slogan	Kalimat pendek atau ungkapan yang menarik	Tidak ada Slogan	Tidak adanya kalimat atau ungkapan yang menarik
8	Praktis	Tidak berlebihan dalam konsep perancangan dan mudah dibawa	Rumit	Kemasan berlebihan dalam perancangan dan sulit untuk dibawa
9	Warna menarik	Memiliki warna yang memberikan daya tarik tersendiri	Warna Tidak Menarik	Memiliki warna yang kurang memberikan daya tarik

## 4.2 Pengolahan Data

### 4.2.1 Data hasil rekap kuisisioner *semantic differential*

Berikut ini adalah data hasil rekap kuisisioner Semantic Differential yang telah diperoleh dari hasil wawancara 40 responden.

**Tabel 4.9** Rekap Kuisisioner *Semantic Differential*

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9
1	5	5	5	5	4	4	5	5	5
2	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	5	4	5	3	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
6	4	4	4	3	2	4	4	4	4
7	4	4	4	4	3	5	3	4	5
8	4	4	4	4	3	4	4	5	4
9	4	5	4	4	3	3	4	4	5
10	4	4	4	5	3	4	3	4	5
11	5	4	4	4	4	4	4	5	4
12	4	4	5	5	5	5	5	5	5
13	3	3	5	5	5	5	5	3	4
14	5	5	5	5	5	5	5	4	5
15	3	5	4	4	3	5	5	5	4
16	5	4	4	5	3	5	5	4	5
17	3	5	3	3	3	4	5	4	5
18	3	5	5	5	3	5	3	3	4
19	5	3	5	5	4	5	5	3	4
20	3	5	3	5	3	5	3	4	4
21	4	5	5	4	5	4	3	5	5
22	5	4	5	5	5	5	5	4	4
23	5	3	5	5	5	5	4	5	4
24	4	4	4	4	3	5	4	5	5
25	4	5	4	4	3	4	4	5	4
26	4	5	4	5	5	5	5	3	4

27	5	3	4	5	3	3	4	5	4
28	3	3	4	5	5	5	4	4	5
29	5	4	5	5	4	5	4	5	4
30	5	5	5	4	4	3	5	5	5
31	4	4	3	3	3	3	3	5	4
32	5	5	5	5	5	3	4	3	3
33	5	3	4	4	2	3	4	4	4
34	5	5	4	5	5	5	4	3	4
35	5	4	5	5	5	4	4	5	4
36	5	3	3	5	5	5	3	5	4
37	5	4	5	4	3	4	5	4	5
38	5	5	5	5	5	3	4	3	5
39	4	3	5	4	4	3	3	5	4
40	4	4	4	4	5	3	5	4	4

Keterangan :

- Q1 : Ada pekat  
 Q2 : Berlogo  
 Q3 : Informatif  
 Q4 : Inovatif  
 Q5 : Kuat  
 Q6 : Tulisan Jelas  
 Q7 : Slogan  
 Q8 : Praktis  
 Q9 : Warna menarik

#### 4.2.2 uji kecukupan data

Dari data hasil kuisisioner yang disebar keresponden berjumlah 40 responden untuk mendukung penelitian, langkah selanjutnya yaitu uji kecukupan data. Berdasarkan hasil dari rekap kuisisioner sebanyak 40 responden sudah cukup memenuhi syarat sampel yang diperlukan dalam penelitian.



**Tabel 4.10** Hasil Uji Kecukupan Data

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	x	$x^2$
1	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43	1849
2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44	1936
3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	35	1225
4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	39	1521
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	41	1681
6	4	4	4	3	2	4	4	4	4	33	1089
7	4	4	4	4	3	5	3	4	5	36	1296
8	4	4	4	4	3	4	4	5	4	36	1296
9	4	5	4	4	3	3	4	4	5	36	1296
10	4	4	4	5	3	4	3	4	5	36	1296
11	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38	1444
12	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43	1849
13	3	3	5	5	5	5	5	3	4	38	1444
14	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44	1936
15	3	5	4	4	3	5	5	5	4	38	1444
16	5	4	4	5	3	5	5	4	5	40	1600
17	3	5	3	3	3	4	5	4	5	35	1225
18	3	5	5	5	3	5	3	3	4	36	1296
19	5	3	5	5	4	5	5	3	4	39	1521
20	3	5	3	5	3	5	3	4	4	35	1225
21	4	5	5	4	5	4	3	5	5	40	1600
22	5	4	5	5	5	5	5	4	4	42	1764
23	5	3	5	5	5	5	4	5	4	41	1681
24	4	4	4	4	3	5	4	5	5	38	1444
25	4	5	4	4	3	4	4	5	4	37	1369
26	4	5	4	5	5	5	5	3	4	40	1600
27	5	3	4	5	3	3	4	5	4	36	1296
28	3	3	4	5	5	5	4	4	5	38	1444
29	5	4	5	5	4	5	4	5	4	41	1681
30	5	5	5	4	4	3	5	5	5	41	1681
31	4	4	3	3	3	3	3	5	4	32	1024
32	5	5	5	5	5	3	4	3	3	38	1444

33	5	3	4	4	2	3	4	4	4	33	1089
34	5	5	4	5	5	5	4	3	4	40	1600
35	5	4	5	5	5	4	4	5	4	41	1681
36	5	3	3	5	5	5	3	5	4	38	1444
37	5	4	5	4	3	4	5	4	5	39	1521
38	5	5	5	5	5	3	4	3	5	40	1600
39	4	3	5	4	4	3	3	5	4	35	1225
40	4	4	4	4	5	3	5	4	4	37	1369
Jumlah	173	168	174	179	156	170	165	171	176	1532	59026

Berikut adalah hasil perhitungan uji kecukupan data:

$$N' = \left[ \frac{k/s \sqrt{N \sum x^2 - (\sum x)^2}}{\sum x} \right]^2 = \left[ \frac{2/0,05 \sqrt{40 \cdot 59026 - (1532)^2}}{1532} \right]^2 = 9,55$$

k = tingkat keyakinan (99%  $\approx$  3, 95%  $\approx$  2)

s = Derajat ketelitian

N = Jumlah data pengamatan

N' = Jumlah pengamatan yang seharusnya dilakukan

x = Data pengamatan

Berdasarkan perhitungan didapatkan hasil sebesar 9,55. Maka dengan nilai tersebut menunjukkan nilai  $N' < N$ , jadi uji kecukupan data tersebut dapat disimpulkan sampel yang digunakan sudah cukup.

#### 4.2.3 Uji Validitas

Uji selanjutnya adalah uji validitas, dalam uji ini bertujuan untuk memperlihatkan apakah *kansei word* yang diuji dalam kuisisioner dapat menjelaskan gambaran pada kemasan, bernilai valid dan tidak validnya untuk kedepan bisa menjadi acuan dalam pembuatan desain kemasan yang baru. Aplikasi yang digunakan dalam pengujian ini adalah IBM SPSS Statistics 20 dengan  $A=0,005$ ,  $df=n-2=40-2=38$ ,  $r_{tabel}=0,3120$ . Data dapat dikatakan valid apabila nilai r kalkulasi  $\geq r_{tabel}$ . Berikut hasil dari pengolahan data yang menggunakan aplikasi *software* SPSS :

**Tabel 4.11** Hasil uji validitas

Kansei Word	Corrected item/total correlation	Keterangan
Ada pelekat	0,411	Valid
Berlogo	0,210	Tidak Valid
Informatif	0,643	Valid
Inovatif	0,592	Valid
Kuat	0,664	Valid
Tulisan Jelas	0,458	Valid
Slogan	0,548	Valid
Praktis	0,122	Tidak valid
Warna menarik	0,348	Valid

Hasil dari uji validitas iterasi menunjukkan bahwa terdapat 2 variable yang tidak valid, yaitu pada “Berlogo dan Praktis”. Karena besar nilai  $r_{kalkulasi} < r_{tabel}$  yaitu 0,3120.

#### 4.2.4 Uji Reliabilitas

Setelah hasil yang didapatkan valid, maka akan dilanjutkan kelangkah berikutnya yaitu dengan melakukan uji reliabilitas yang bertujuan untuk melihat sejauh mana hasil dari variabel yang terpilih dapat dipercaya atau bisa dikatakan reliabel Dengan menggunakan aplikasi *software* IBM SPSS Statistic 20 dengan  $A=0,05$ ,  $df=n-2=40-2=38$ ,  $r_{tabel}=0,3120$ . Untuk nilai  $r_{alpha}$  dilihat dari kolom ***cronbach-alpha***. Berdasarkan hasil dari uji reabilitas dengan *software* IBM SPSS Statistic 20 didapatkan hasil  $r_{alpha} > r_{tabel}$  dengan nilai  $0,492 > 0,312$ , dan “N of Item” bernilai 9, maka data atau variabel yang terpilih dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya. Berikut adalah tabel hasil uji reabilitas :

**Tabel 4.12** Hasil uji reabilitas

#### Reliability Statistics

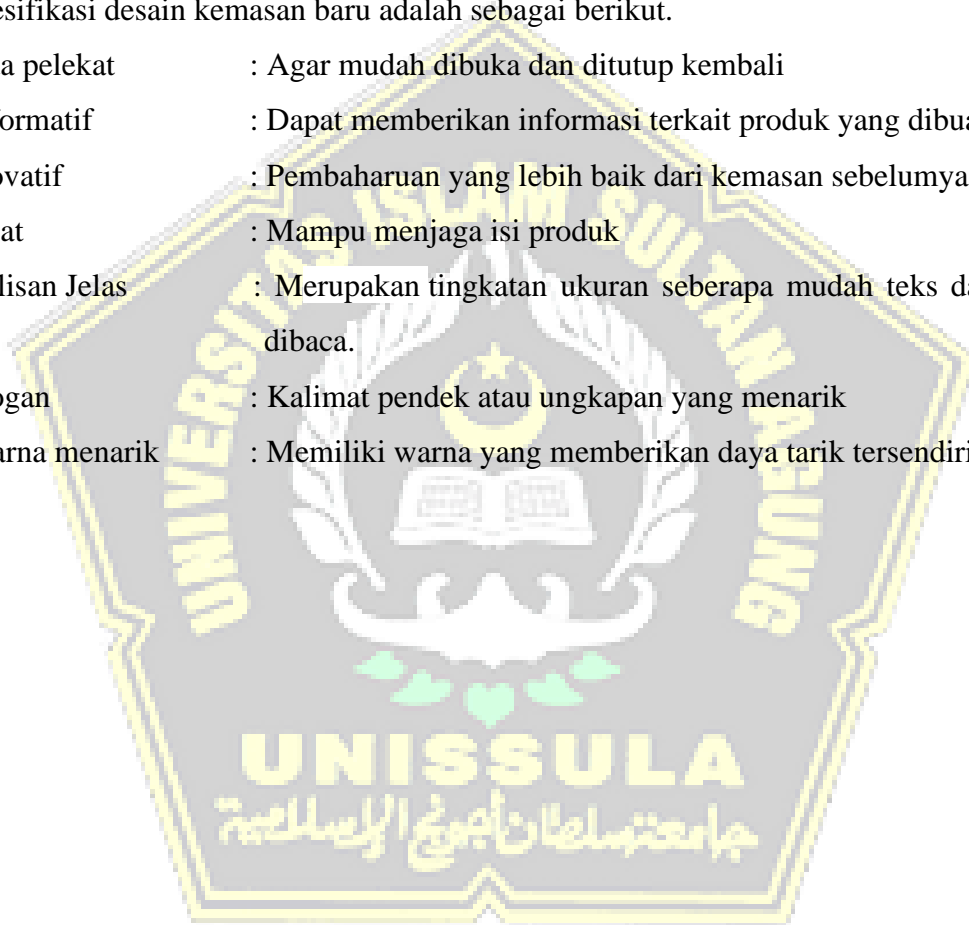
Cronbach's Alpha	N of Items
.492	9

#### 4.2.5 Pembuatan Desain

Pembuatan desain baru didasarkan pada kebutuhan atribut yang dinyatakan layak pada perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya. Pembuatan desain ini menggunakan aplikasi *software Adobe Illustrator*. Sedangkan pembuatan kemasan dibuat dipercetakan terdekat.

Konsep desain dilakukan atau dirancang berdasarkan ukuran produk yang ada pada saat ini. Desain kemasan telah diterapkan beberapa kansei word dalam spesifikasi desain kemasan baru adalah sebagai berikut.

- Ada pelekat : Agar mudah dibuka dan ditutup kembali
- Informatif : Dapat memberikan informasi terkait produk yang dibuat
- Inovatif : Pembaharuan yang lebih baik dari kemasan sebelumnya
- Kuat : Mampu menjaga isi produk
- Tulisan Jelas : Merupakan tingkatan ukuran seberapa mudah teks dapat dibaca.
- Slogan : Kalimat pendek atau ungkapan yang menarik
- Warna menarik : Memiliki warna yang memberikan daya tarik tersendiri



a. konsep desain pertama

Konsep desain pertama dirancang sesuai berdasarkan ukuran kemasan produk saat ini digunakan. Ukuran produk tersebut menjadi dasar ukuran desain kemasan yang akan dibuat. Berbentuk *Standing pouch* berbahan alumunium foil, mempunyai perekat ganda yaitu zepper dan pess plastik, informasi produk seperti bahan yang digunakan, nama produk, alamat, nomor IRT, tanggal exp, berat kemasan, tempat produksi, logo dengan ukuran lebar 130mm, tinggi 200mm. Pada desain yang pertama dipakai warna yang dominan kuning. Karena warna kuning menurut psikologis diasosiasikan dengan mampu menarik perhatian pada konsumen dan juga memiliki makna ceria, kegembiraan, hangat. Dominasi pada suatu produk mampu merangsang intra fisik seperti meningkatkan nafsu makan. Adapun gambar desain kemasan sebagai berikut.



Gambar 4.1 Gambar desain 1

b. konsep desain kedua

Konsep desain kedua dirancang sesuai berdasarkan ukuran kemasan produk saat ini digunakan. Ukuran produk tersebut menjadi dasar ukuran desain kemasan yang akan dibuat berbentuk Standing pouch berbahan alumunium foil, mempunyai perekat ganda yaitu zipper dan pess plastik, informasi produk seperti bahan yang digunakan, nama produk, alamat, nomor IRT, tanggal exp, berat kemasan, tempat produksi, logo dengan ukuran lebar 130mm, tinggi 200mm. Pada desain yang kedua ini menggunakan warna dominan biru. Warna biru menurut psikologis diasosiasikan mengkomunikasikan rasa yakin, rileks. Adapun gambar dan ukuran kemasan sebagai berikut.



Gambar 4.2 Gambar desain 2

c. konsep desain ketiga

Konsep desain ketiga dirancang sesuai berdasarkan ukuran kemasan produk saat ini digunakan. Ukuran produk tersebut menjadi dasar ukuran desain kemasan yang akan dibuat berbentuk Standing pouch berbahan alumunium foil, mempunyai perekat ganda yaitu zepper dan pess plastik, informasi produk seperti bahan yang digunakan, nama produk, alamat, nomor IRT, tanggal exp, berat kemasan, tempat produksi logo dengan ukuran lebar 130mm, tinggi 200mm. Pada desain yang kedua ini menggunakan warna dominan ungu. Warna ungu menurut psikologis melambangkan kepuasan, kemakmuran, bangsawan, mewah. Adapun gambar dan ukuran kemasan sebagai berikut.



Gambar 4.3 Gambar desain 3

#### 4.2.6 Pemilihan Konsep

Pemilihan konsep dengan memberikan bobot pada kemasan yang terdapat pada masing-masing desain. Dengan membuat kuisisioner yang ditujukan pada responden untuk memperoleh bobot pada atribut agar nantinya dapat diketahui desain kemasan mana yang terpilih berdasarkan implementasi citra konsumen yang telah diterapkan terhadap kemasan. Berikut penjelasan 5 skala yang diterapkan pada kuisisioner penentuan bobot atribut kemasan oleh responden untuk menentukan konsep desain terpilih.

Keterangan pengisian kuisisioner penentuan bobot atribut :

- 1 = Tidak sesuai 10%-20% = Tidak Sesuai
- 2 = Kurang sesuai 20%-40% = Kurang Sesuai
- 3 = Cukup sesuai 40%-60% = Cukup Sesuai
- 4 = Sesuai 60%-80% = Sesuai
- 5 = Sangat Sesuai 80%-100% = Sangat Sesuai

**Tabel 4.13** Kuisisioner penentuan bobot atribut desain dengan mengalokasikan nilai 100% kedalam kolom bobot

No	Atribut	Bobot (%)
1	Ada pelekat	
2	Informatif	
3	Inovatif	
4	Kuat	
5	Tulisan Jelas	
6	Slogan	
7	Warna menarik	



Keterangan pengisian kuesioner penentuan konsep desain :

1 = Tidak sesuai

2 = Kurang sesuai

3 = Cukup sesuai

4 = Sesuai

5 = Sangat Sesuai

**Tabel 4.14** Kuesioner penentuan rating atribut yang terdapat pada konsep desain dengan pengisian rating 1-5

No	Atribut	Rating (1-5)		
		Desain A	Desain B	Desain C
1	Ada pelekat			
2	Informatif			
3	Inovatif			
4	Kuat			
5	Tulisan Jelas			
6	Slogan			
7	Warna menarik			

Keterangan :

Desain A = Desain kemasan dengan warna kuning

Desain B = Desain kemasan dengan warna biru

Desain C = Desain kemasan dengan warna ungu

#### 4.2.7 Data Hasil Rekap Pembobotan

Berikut ini adalah data hasil rekap kuesioner untuk mengetahui bobot atribut pada masing – masing kemasan dari hasil penyebaran kuisisioner kepada 40 responden.

Tabel 4.15 Rekap hasil kuisisioner mengetahui rating atribut desain A

Responden	Atribut rating						
	Ada pelekat	Informatif	Inovatif	Kuat	Tulisan Jelas	Slogan	Warna menarik
1	2	4	3	3	2	3	2
2	4	3	2	4	3	4	3
3	4	4	4	3	4	5	3
4	4	4	2	3	3	3	3
5	4	5	5	4	3	5	5
6	3	4	4	2	4	2	3
7	3	5	3	4	4	4	3
8	3	5	3	5	4	3	4
9	5	4	4	3	3	5	3
10	4	4	4	4	4	4	5
11	5	4	5	3	3	5	2
12	4	3	3	4	3	3	4
13	2	4	3	4	4	4	4
14	3	3	3	5	4	4	3
15	4	2	2	3	5	4	5
16	3	4	3	5	4	3	5
17	3	3	4	4	5	2	4
18	3	4	4	3	5	3	3
19	5	3	5	5	3	5	4
20	4	4	5	5	4	3	3
21	3	3	3	3	3	4	5
22	4	4	4	5	3	3	2
23	3	4	3	3	3	5	4
24	3	3	5	4	3	4	4
25	4	5	3	4	4	4	5
26	5	4	3	3	4	3	4
27	5	4	4	3	5	4	4
28	5	4	4	3	5	5	3
29	3	2	4	4	3	4	4
30	4	3	4	4	3	4	5
31	2	4	3	2	4	4	5
32	3	2	5	4	5	3	5
33	4	1	5	4	3	5	5
34	3	4	5	4	4	4	3
35	4	3	3	5	5	4	4

36	5	4	4	4	5	3	3
37	5	4	4	4	2	3	4
38	3	3	5	3	3	3	3
39	3	4	3	3	3	3	5
40	3	5	3	3	4	4	3
Jumlah	146	146	148	148	148	150	151
Rata-rata	3,65	3,65	3,7	3,7	3,7	3,75	3,775

**Tabel 4.16** Rekap hasil kuisisioner mengetahui rating atribut desain B

Responden	Atribut rating						
	Ada pelekat	Informatif	Inovatif	Kuat	Tulisan Jelas	Slogan	Warna menarik
1	5	5	3	4	4	5	3
2	5	4	4	3	4	4	3
3	5	4	5	5	4	5	3
4	4	3	3	5	5	4	4
5	5	3	5	4	4	4	4
6	3	5	4	2	5	4	4
7	4	4	3	3	5	4	5
8	5	3	4	3	5	2	5
9	5	4	3	3	4	3	3
10	5	3	4	4	4	5	5
11	5	4	4	4	3	3	3
12	4	4	4	5	3	3	4
13	3	4	3	4	3	3	3
14	3	3	5	5	4	4	4
15	4	3	5	3	4	5	5
16	4	4	2	3	3	3	4
17	3	3	3	2	4	4	3
18	5	3	4	3	3	3	5
19	4	3	3	3	4	4	4
20	3	3	4	4	3	3	1
21	3	4	3	5	2	3	4
22	4	4	4	3	4	4	4
23	5	2	3	4	3	5	3
24	5	5	5	4	4	5	3
25	4	5	3	5	5	4	5
26	5	5	3	5	3	3	3
27	5	4	4	4	3	4	4
28	4	3	5	5	4	4	4

29	3	3	5	5	5	3	4
30	5	3	5	4	3	4	5
31	5	3	4	3	4	4	5
32	3	4	4	5	3	3	5
33	4	3	3	3	4	4	3
34	5	4	3	5	5	4	5
35	5	4	4	4	2	4	4
36	2	3	5	4	4	5	3
37	5	4	5	2	4	3	3
38	3	5	5	4	5	3	3
39	4	5	5	5	4	4	3
40	3	5	4	3	4	3	3
Jumlah	166	150	157	154	153	151	151
Rata-rata	4,15	3,75	3,925	3,85	3,825	3,775	3,775

**Tabel 4.17** Rekap hasil kuisioner mengetahui rating atribut desain C

Responden	Atribut rating						
	Ada pelekat	Informatif	Inovatif	Kuat	Tulisan Jelas	Slogan	Warna menarik
1	4	4	4	5	5	3	4
2	4	4	4	3	5	4	4
3	3	4	5	4	5	4	4
4	5	5	3	4	4	5	4
5	4	5	4	3	4	4	3
6	5	4	4	4	4	4	5
7	5	5	5	4	4	4	5
8	5	5	5	3	4	3	3
9	5	5	5	3	5	3	4
10	4	5	3	5	5	2	5
11	5	4	3	4	4	4	4
12	5	3	4	4	3	4	5
13	3	3	5	3	5	5	5
14	5	5	3	4	4	4	5
15	4	3	4	4	3	3	4
16	5	4	4	5	3	2	5
17	3	5	4	3	3	4	3
18	3	4	3	4	4	3	3
19	5	5	3	5	5	2	3
20	5	5	3	4	5	4	3
21	5	4	2	4	4	4	5

22	4	4	4	2	3	5	3
23	4	4	4	4	3	3	5
24	5	3	5	3	3	3	4
25	4	3	4	5	4	4	3
26	3	4	4	5	3	5	2
27	5	4	3	4	5	5	5
28	5	4	2	4	5	3	3
29	5	3	5	3	5	4	5
30	5	3	5	5	5	4	4
31	4	5	4	3	3	5	5
32	3	4	4	5	3	4	4
33	5	5	4	4	4	4	5
34	4	5	3	4	4	5	3
35	4	4	3	4	5	5	3
36	3	3	4	5	4	3	3
37	5	3	3	5	4	2	3
38	4	4	5	4	3	4	4
39	4	5	3	3	4	3	3
40	4	5	4	3	4	5	5
Jumlah	172	166	153	157	162	151	158
Rata-rata	4,3	4,15	3,825	3,925	4,05	3,775	3,95

**Tabel 4.18** Rekap Kuesioner Pembobotan Atribut Desain

Responden	Atribut (%)							Total persentase
	Ada pelekat	Informatif	Inovatif	Kuat	Tulisan Jelas	Slogan	Warna menarik	
1	80	70	90	80	95	80	80	100
2	70	45	75	65	70	60	55	100
3	90	85	70	95	70	90	80	100
4	95	35	25	82	20	40	80	100
5	65	25	50	80	45	52	88	100
6	78	68	70	70	50	78	78	100
7	50	70	45	70	65	87	90	100
8	55	75	50	85	70	70	90	100
9	80	55	91	65	80	70	65	100
10	70	81	84	72	70	80	43	100
11	95	62	75	45	90	64	50	100
12	93	90	92	70	76	75	73	100
13	95	30	54	90	68	93	55	100

14	80	85	65	90	58	65	55	100
15	45	88	85	50	94	90	55	100
16	90	45	62	50	70	75	75	100
17	75	70	87	55	45	32	80	100
18	80	50	50	80	45	60	80	100
19	98	90	45	45	65	80	80	100
20	65	50	62	85	55	55	75	100
21	90	70	45	70	90	25	65	100
22	85	75	90	75	82	70	82	100
23	90	82	90	50	80	30	90	100
24	90	90	55	88	70	60	70	100
25	75	86	70	92	70	55	70	100
26	68	67	77	90	74	70	90	100
27	94	65	74	80	99	70	65	100
28	55	70	90	55	52	50	58	100
29	70	30	60	79	55	30	50	100
30	70	75	60	52	24	40	50	100
31	90	80	60	90	91	50	80	100
32	75	60	70	95	90	45	50	100
33	50	60	70	82	90	70	50	100
34	50	85	70	65	55	70	65	100
35	80	55	85	60	30	80	60	100
36	85	90	20	65	70	82	42	100
37	92	85	33	65	35	90	70	100
38	95	75	35	70	88	33	75	100
39	50	78	88	55	80	47	75	100
40	50	80	70	40	80	80	40	100
Jumlah	3053	2727	2639	2842	2706	2543	2724	
Rata-rata	76,325	68,175	65,975	71,05	67,65	63,575	68,1	

Uraian dari tabel diatas didapat dari hasil penyebaran kuisioner terhadap 40 responden, kemudian dari hasil data tersebut akan diolah kembali kedalam tahap seleksi konsep yaitu dengan menginput berupa presentase bobot dan rating kemasan.

Berikut adalah hasil pengolahan data seleksi konsep.

**Tabel 4.19** Hasil seleksi konsep

No	Atribut	Weight (%)	Desain A		Desain B		Desain C	
			Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score
1	Ada pelekat	76,3	3,65	2,78	4,15	3,17	4,30	3,28
2	Informatif	68,1	3,73	2,54	3,75	2,55	4,15	2,83
3	Inovatif	65,9	3,85	2,54	3,93	2,59	3,83	2,52
4	Kuat	71	3,70	2,63	3,85	2,73	3,93	2,79
5	Tulisan Jelas	67,6	3,98	2,69	3,83	2,59	4,05	2,74
6	Slogan	63,5	3,60	2,29	3,68	2,33	3,78	2,40
7	Warna menarik	68,1	3,78	2,57	3,78	2,57	3,95	2,69
Total score				18,03		18,53		19,24
Rangking			3		2		1	
Keterangan			Tidak terpilih		Tidak terpilih		Terpilih	

Dalam seleksi konsep diatas diperoleh berupa konsep yang terpilih dengan melihat total *score* terbesar. Nilai total *score* diperoleh dari hasil rating dikali *weighted score* pada masing-masing konsep desain. Nilai desain A dengan total *score* 18,03 dan desain B dengan total *score* 18,53 desain C dengan total *score* 19,24. Maka dari hasil yang telah diketahui total *score* yang terpilih adalah konsep desain C dengan total *score* adalah 19,24.

#### 4.2.8 Konsep Desain Yang Terpilih

Pada tahap seleksi konsep dengan responden 40 yang telah mengisi kuisisioner dan setelah itu dilakukan pengolahan data kuisisioner didapatkan konsep desain yang terpilih yaitu pada konsep desain C atau konsep desain dengan kemasan yang berwarna ungu. Berikut adalah gambaran dari konsep desain yang terpilih. Spesifikasi kemasan *Standing pouch* ukuran lebar 130mm, tinggi 200mm, dengan isi produk diketahui memiliki berat bersih 250 gram.

Dalam konsep desain yang terbaru sudah bisa dikatakan telah memenuhi implementasi citra pelangganyang diperoleh melalui kuisisioner yang telah diolah

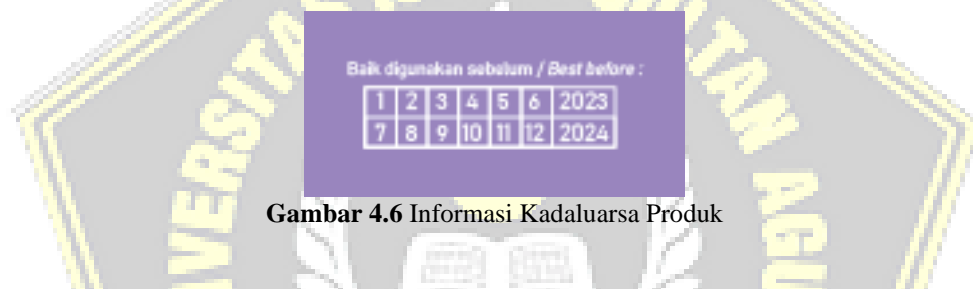
datanya dan memperoleh kata *kansei* yang digunakan dalam acuan terhadap pembuatan desain baru. Berikut adalah beberapa spesifikasi detail kemasan yang baru :



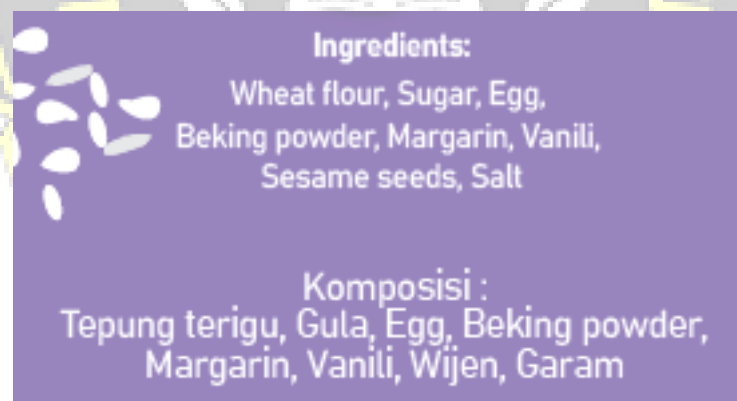
**Gambar 4.4** Informasi Tempat Produksi



**Gambar 4.5** Informasi Berat Isi atau Netto



**Gambar 4.6** Informasi Kadaluarsa Produk



**Gambar 4.7** Informasi Komposisi Produk



**Gambar 4.8** Logo Perusahaan



Berikut adalah desain kemasan terpilih dengan konsep desain dengan kemasan yang berwarna ungu, dibuat berbentuk Standing pouch berbahan aluminium foil, mempunyai perekat ganda yaitu zipper dan pessa plastik, informasi produk seperti bahan yang digunakan, nama produk, alamat, nomor IRT, tanggal exp, berat kemasan, tempat produksi logo dengan ukuran lebar 130mm, tinggi 200mm.



**Gambar 4.9** Desain kemasan tampak depan dan belakang

### 4.3 Analisa dan Interpretasi

#### 4.3.1 Analisa

Hasil penyebaran kuisioner pertama didapatkan bahwa dari 40 responden, sebanyak 33 responden menyatakan perlu dilakukan desain ulang kemasan dan 7 responden tidak menginginkan desain dan mendapatkan 50 kata *kansei*. Kemudian selanjutnya dikelompokkan kata yang bermakna sama dan didapat 9 kata *kansei*, diantaranya sebagai berikut Ada pelekat, Berlogo, Informatif, Inovatif, Kuat, Tulisan Jelas, Slogan, Praktis, Warna menarik.

Dari pengelompokan 9 kata *kansei* tersebut dilakukan penyebaran kuisioner semantic differential hasil data yang diperoleh akan dilakukan uji kecukupan data dengan hasil 9,55 dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa data tersebut dinyatakan cukup karena  $N'$  hitung (9,55) lebih kecil dari jumlah data (40). Dari hasil uji validitas pada penelitian ini didapat bahwa ke 9 kata *kansei* dinyatakan 2 tidak dan valid 7 valid, yang menyatakan tidak valid dihilangkan dan diambil yang menyatakan valid didapatkan 7 kata *kansei* dengan nilai masing-masing yaitu Ada pelekat dengan nilai 0,411, Informatif dengan nilai 0,643, Inovatif dengan nilai 0,592, Kuat dengan nilai 0,664, Tulisan Jelas dengan nilai 0,458, Slogan dengan nilai 0,548, Warna menarik dengan nilai 0,348 dengan nilai  $A=0,05$  dan nilai  $r$  tabel = 0,3120. Dari hasil uji reabilitas didapat  $r$  alpha sebesar 0,492 dan  $N$  off item dengan jumlah 9, hal tersebut dinyatakan reliabel karena  $r$  alpha lebih besar dari  $r$  tabel.

Pembuatan desain kemasan menggunakan aplikasi *software Adobe Illustrator* sebagai pendukung pembuatan desain kemasan. Pengerjaan desain ada 3 konsep yaitu konsep pertama dengan menggunakan *Standing pouch* tegak lurus dengan ukuran lebar 130mm, tinggi 200mm. Warna yang dominan yaitu kuning. Konsep yang kedua menggunakan *Standing pouch* tegak lurus dengan ukuran lebar 130mm, tinggi 200mm. Warna yang dominan yaitu biru muda. Konsep yang ketiga menggunakan *Standing pouch* tegak lurus dengan ukuran lebar 130mm, tinggi 200mm. Warna yang dominan yaitu ungu.

Dari pemilihan konsep desain diperoleh hasil yang terpilih dengan melihat nilai total *score* terbesar. Nilai total *score* didapat dari hasil *weight score* dikali

dengan *rating* pada masing-masing konsep desain. Konsep desain A mendapatkan nilai total *score* 18,03 kemudian desain B mendapatkan nilai total *score* 18,53 dan desain C mendapatkan nilai total *score* 19,24. Maka dari hasil total *score* terbesar terpilih konsep desain C dengan nilai total *score* 19,24.

#### **4.3.2 Interpretasi**

Dari hasil analisa desain ulang kemasan menggunakan metode *kansei engineering*. Untuk mendesain ulang kemasan atau perbaikan kemasan perlu bantuan dari konsumen untuk menilainya. Karena perasaan atau emosional dari konsumen dapat menjadi acuan sebagai dasar pembuatan kemasan baru. Dari hasil identifikasi perasaan atau emosional konsumen didapat kata *kansei* atau *kansei word* sebagai variabel yang akan dimasukkan kedalam kemasan baru. Dari kemasan baru tersebut diharapkan akan tertariknya konsumen untuk melihat kemudian membeli.

#### **4.4 Pembuktian Hipotesa**

Berdasarkan hasil analisa dari metode *kansei engineering* sudah sesuai dengan hipotesa penelitian yang dibuat sebelumnya. Hasil analisa diatas menunjukkan bahwa redesain kemasan perlu dilakukan. Hal tersebut di perkuat dengan hasil penyebaran kuisioner yang pertama yang menyatakan bahwa adanya perbaikan kemasan. Pada label kemasan yang saat ini digunakan sangat kecil dan informasi yang ada pada label tidak ada.

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berikut merupakan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan pembahasan :

1. Metode kansei engineering merupakan konsep yang menerjemahkan perasaan atau keinginan konsumen yang menjadikan ciri khas pada metode ini. Pada penelitian ini didapat 50 kata kansei atau kansei word yang didapat dari kuesioner pertama yang diberikan kepada responden dan kata kansei word yang dipilih owner, diantaranya adalah ada tgl produksi adanya tulisan halal, berat kemasan, bisa ditutup Kembali, desain dibuat menarik, desain inovatif, desain lebih modern, dibuat logo agar tertarik, dikasih exp, informasi isi tertera, informasi jelas, kata-kata menarik (slogan), kemasan alumunium foil, kemasan dibuat cerah, kemasan dibuat, novatif, kemasan menarik, Kemasan modern, komposisi jelas, komposisi kemasan tercantum, kontak yang bisa dihubungi, label kemasan diperbesar, logo menarik, nilai kandungan gizi, perlu ditambahkan zeeper, stiker lebih diperindah, tahan lama/kuat, tahan minyak, tulisan dibuat jelas, tulisan dibuat menarik, tulisan diperbagus, Unik, warna dibuat menarik, warna dipercantik, warna kemasan bagus, warna terang, Ada contact person, Kemasan mudah dikenali, Kemasan terlihat unik, Kemasan tidak mudah sobek, Bisa ditutup kembali setelah dibuka, mudahnya dibuka, Warna cenderung lebih cerah, Warna lebih Menarik, Warna dibuat serasi, kemasan terlihat rapi, berciri khas, isi mudah untuk diambil, kemasan dapat melindungi isi, informasi isi kemasan jelas, mudah untuk dibawa, Ada kode dinas Kesehatan, Komposisi dari produk jelas, Dapat melindungi produk, Terdapat alamat produksi, Posisi kemasan vertical, logo yang menarik.

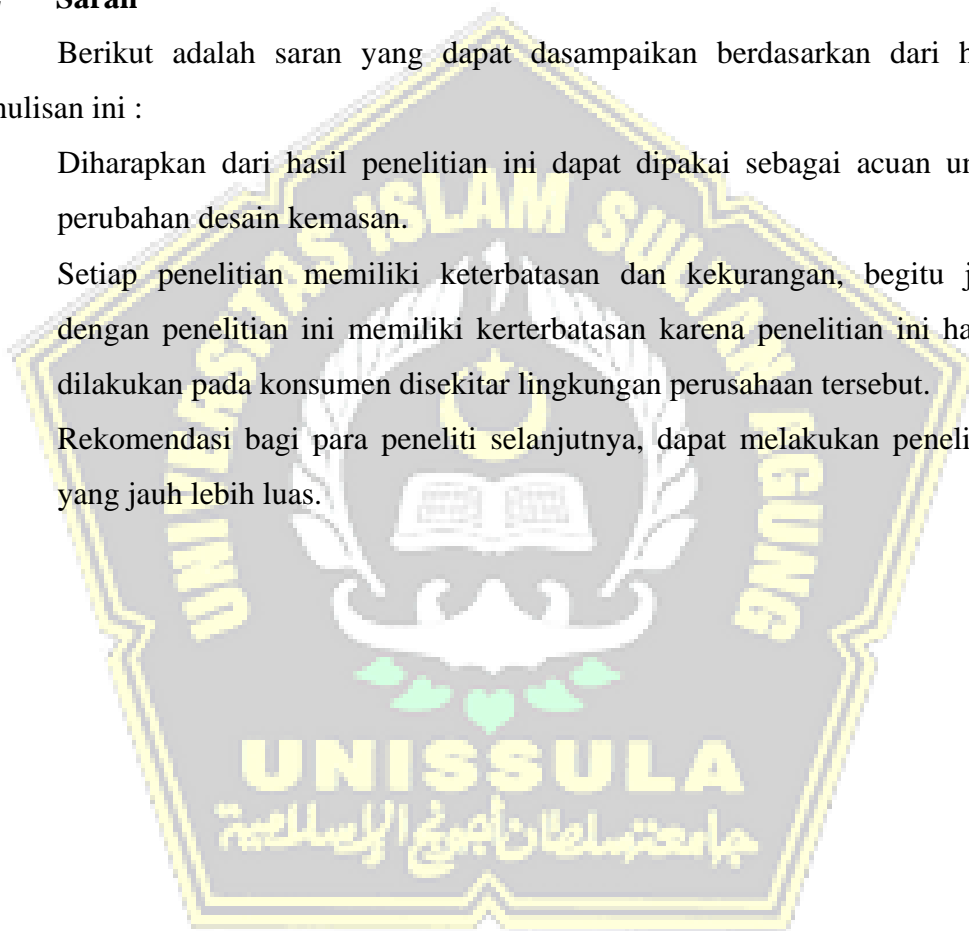
2. Setelah dilakukannya uji validitas dan uji realibilitas, analisa faktor dari sembilan kansei word tereliminasi menjadi tujuh kansei word dikarenakan beberapa variabel seperti, “Berlogo” dan “Praktis” dianggap tidak valid karena menunjukkan nilai  $r_{kalkulasi} < r_{tabel}$  yaitu 0,3120, dalam seleksi konsep. Diperoleh konsep desain terpilih dengan melihat nilai total *score* yang terbesar.

Nilai total *score* diperoleh dari hasil perkalian antara *presentase wight* dengan rating pada masing-masing konsep desain. Pada konsep desain A memperoleh nilai total *score* 18,03 kemudian konsep desain B memperoleh nilai total *score* 18,53 dan konsep desain C memperoleh nilai total *score* 19,24. Maka dari hasil total *score* yang terbesar terpilih adalah konsep desain C yaitu kemasan warna ungu dengan total *score* terbesar.

## 5.2 Saran

Berikut adalah saran yang dapat disampaikan berdasarkan dari hasil penulisan ini :

1. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan untuk perubahan desain kemasan.
2. Setiap penelitian memiliki keterbatasan dan kekurangan, begitu juga dengan penelitian ini memiliki keterbatasan karena penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen disekitar lingkungan perusahaan tersebut.
3. Rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya, dapat melakukan penelitian yang jauh lebih luas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alvionita, C., Hagijanto, A., & Hosana, M. (2021). Perancangan Re-Desain Kemasan Mom ' S Home Kitchen. *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) p-ISSN, 4*, 16-22.
- Apriyanti, M. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio e-kons, 10*(1), 20.
- Donida, A., Prastawa, H., & Mahacandra, M. (2019). erancangan Desain Kemasan Produk Carica Dengan Konsep Kansei Engineering Dan Model Kano. *Skripsi Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro*.
- Eva, Nur Amalia RSetia Dianingati RAnnisaa. (2022). PENGARUH JUMLAH RESPONDEN TERHADAP HASIL UJI. *Generics : Journal of Research in Pharmacy, 15*.
- Fithri, P., Zadry, H., & Turrahmi, U. (2022). Kansei-Based Design for an Indonesian Traditional Food Packaging. *ASEAN Engineering Journal, 63-68*.
- Gedung, Z., & Siwabessy, J. (2019). Tema Desain Sederhana Dan Modern Pada Redesain Kemasan Martabak Bangka Umyanto. *Academia.Edu*.
- Guerrero, L., Claret, A., Verbeke, W., Enderli, G., Zakowska-Biemans, S., Vanhonacker, F., . . . Hersleth, M. (2010). Perception of traditional food products in six European regions using free word association. *Food Quality and Preference, 21*(2).
- Joenattan, C., Yuwono, E., & Yusuf, V. (2020). Perancangan Redesain Kemasan Mozha Handmade Face & Body Soap. *Jurnal DKV Adiwarna*(Vol 1, No 16 (2020): Creativity in New Era), 12.
- M. M. (2020). PERANCANGAN ULANG KEMASAN PAKAIAN MENGGUNAKAN METODE KANSEI ENGINEERING (Studi Kasus: Brand Helio Supply Co).
- Pradhana, A. (2020). PERBAIKAN KEMASAN GEPLAK DENGAN METODE KANSEI ENGINEERING PADA UKM GEPLAK BANTUL BU WARTI. 11-34.
- Pulungan, M., Hastari, L., & Dewi, I. (2019). Perbaikan Desain Kemasan Produk Biskuit Brownies Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Teknotan, 39-45*.
- Salim, G., H, A., & M, B. (2018). PERANCANGAN REDESAIN KEMASAN ANEKA PRODUK TOKO NY. PANG. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra, 1*, 12.
- Suzianti, A., & Aldianto, A. (2020). Redesign of Product Packaging with Kansei Engineering: Empirical Study on Small-medium Enterprises in Indonesia. *Makara Journal of Technology, 65-68*.
- Syahputra, A. W., N. M., & Tiyas. (2020). PERANCANGAN ULANG DESAIN KEMASAN PASTA GIGI ENZIM ANAK - ANAK Sumber : Dampu Design. *Journal Printing and Packaging Technology, 23-33*.
- Widiyanto, A. S. (2019). RE-DESIGN KEMASAN KERIPIK PISANG

MENGGUNAKAN METODE KANSEI ENGINEERING. *jurnal Teknik Industri, Universitas Islam Sultan Agung.* .

