

Redesain Kemasan Produk Aneka Keripik Menggunakan Metode Kansei Engineering Di Desa Pesanggrahan Kesugihan

Anisha Dian Iswahyuni

Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap

Aji Kusumastuti Hendrawan

Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap

Abstract. *Pesanggrahan Village, Kesugihan District, is one of the innovation villages launched by the Cilacap district government in 2022. The Kesugihan area has potential local food sources that have the potential to be developed by the community. Nuri Snack is one of the business actors engaged in food processing in the form of various chips in the form of cassava, taro and banana chips. Marketing that has been carried out at this time is selling to markets and serving purchases at home, there has been no innovation in expanding marketing to modern shops and online shops. The aims of this study were 1) to design informative packaging labels in accordance with labeling standards and 2) to develop packaging designs according to consumer desires using the kansei engineering method. The method used is the kansei engineering method which translates consumer feelings into design specifications. Implementation The results of this study are in the form of label and packaging design concepts, design actors include uniqueness, product identity color, complete product information, complete packaging information, neat, protected products, easy to carry, easy to store, have permits and attractive designs, and the proposed packaging uses a stand pouch window doff 500z white color with a size of 14cm x 23cm and chromo sticker as a packaging label design. Conclusion The proposed label design already has permits and has an elegant design and is made of standing pouch plastic with a ziplock.*

Keywords: *Kansei engineering, Packaging, and label design*

Abstrak. Desa Pesanggrahan Kecamatan Kesugihan merupakan salah satu desa inovasi yang dicanangkan oleh pemerintah kabupaten Cilacap di tahun 2022. Wilayah Kesugihan memiliki potensi sumber pangan lokal yang potensial dikembangkan oleh masyarakat. Nuri Snack merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak dibidang olahan makanan berupa aneka keripik berupa keripik singkong, talas dan pisang. Pemasaran yang sudah dilakukan saat ini adalah menjual ke pasar-pasar dan melayani pembelian dirumah saja, belum ada inovasi meluaskan pemasaran ketoko modern dan onlineshop. Tujuan penelitian ini adalah 1) Merancang desain label kemasan yang informatif sesuai standar pelabelan dan 2) Mengembangkan desain kemasan yang sesuai dengan keinginan konsumen menggunakan metode kansei engineering. Metode yang digunakan adalah metode kansei engineering yang menerjemahkan perasaan konsumen ke dalam spesifikasi desain. Implementasi Hasil penelitian ini berupa konsep perancangan label dan kemasan, aktor perancangan meliputi keunikan, warna identitas produk, informasi produk lengkap, informasi kemasan lengkap, rapi, produk terlindungi, mudah dibawa, mudah disimpan, memiliki perijinan dan desain menarik, serta kemasan yang diusulkan

menggunakan kemasan standing pouch window doff 500z berwarna putih dengan ukuran 14cm x 23cm dan stiker chromo sebagai desain label kemasan. Kesimpulan desain label yang diusulkan sudah memiliki perizinan dan desain elegan dan terbuat dari plastik standing pouch yang memiliki ziplock.

Kata kunci: Kansei engineering, Packaging, dan desain label

LATAR BELAKANG

Potensi pangan lokal di Kecamatan Kesugihan berawal dari program yang diselenggarakan oleh Badan Pelaksana Penyuluh dan Ketahanan Pangan (BP2KP) Cilacap yang mempunyai peran dalam mendorong petani di Kecamatan Kesugihan untuk meningkatkan komoditas bahan pangan lokal seperti ubi jalar, singkong, talas dan pisang. Khusus ubi jalar saat ini memiliki 12 hektar, dengan produktivitas rata-rata antara 7 sampai 10 ton per hektar. Dari 16 desa di Kecamatan Kesugihan, saat ini sudah ada 8 desa yang fokus mengembangkan budidaya pangan lokal khususnya ubi jalar, salah satunya adalah Desa Pesanggrahan. Selain banyaknya sumber pangan lokal yang dikembangkan, desa Pesanggrahan dijadikan sebagai salah satu Desa Inovasi di Kabupaten Cilacap. Perekonomian di desa Pesanggrahan semakin meningkat dan terus bertumbuh dengan adanya masyarakat yang berinovasi membuat olahan makanan yang dipasarkan baik lokal maupun nasional dengan media pemasaran online yang saat ini sedang marak.

Seiring dengan perkembangan industri yang sudah memasuki generasi ke empat atau industri 4.0 membuat persaingan industri semakin ketat. Dimana perkembangan industri sebagian besar dipengaruhi generasi milenial, yang dalam kesehariannya tidak bisa dipisahkan dari eksistensi dan teknologi. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai kepada konsumen melalui penyampaian produk yang inovatif dan berkualitas dengan harga bersaing. Untuk membina hubungan baik dengan konsumen, suatu produk harus membuat dirinya berbeda dengan para kompetitornya. Satu diantaranya melalui desain kemasan yang disebut dengan packaging. Akan tetapi saat ini banyak pelaku usaha yang tidak begitu memperhatikan kemasan produknya. Terutama produk usaha rumahan, baik itu produk makanan maupun minuman. Mereka mengemas produknya secara sederhana. Persaingan pasar produk makanan dan minuman yang semakin kompetitif menjadi peluang dan tantangan besar.

Nuri Snack merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak dibidang olahan makanan berupa aneka keripik. Pemasaran yang sudah dilakukan oleh pemilik usaha masih secara tradisional yaitu menjual dirumah dan dititipkan melalui pedagang di pasar. Melihat peluang yang masih terbuka lebar dalam pemasaran maka pemilik usaha Nuri Snack ingin memperluas pemasaran produk aneka keripiknya ketoko modern dan onlineshop. Pemilik usaha Nuri Snack saat ini masih bingung dalam menentukan kemasan yang baik supaya mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Kendala yang dialami adalah bentuk kemasan yang masih sederhana, belum memiliki perijinan usaha dan desain label belum informatif.

STUDI PUSTAKA

Pengertian Kemasan

Kemasan berasal dari kata kemas yang berarti teratur (terbungkus) rapi, bersih, rapi, beres, dan selesai. The silent sales – man / girl merupakan sebutan lain dari kemasan yang mewakili ketidakhadiran pelayan dalam menunjukkan kualitas produk. Desain kemasan harus mampu menyampaikan pesan lewat komunikasi informatif, seperti halnya komunikasi antara penjual dengan pembeli. Para pakar pemasaran menyebutkan itu sebagai pesona produk (the product charm), sebab kemasan memang berada di tingkat akhir suatu proses alur produksi yang tidak saja untuk memikat mata (eye-catching) tetapi juga untuk memikat pemakaian (usage attractiveness) (Wahmuda, 2018).

Pengertian kemasan lainnya merupakan hasil mengemas atau bungkus pelindung dagangan (niaga). Sedangkan pengertian bungkus dapat diartikan sebagai kata bantu bilangan untuk benda yang dibalut dengan kertas (daun, plastik, dan sebagainya). Pengertian kemasan secara umum adalah sesuatu (material) dapat berupa daun, kertas, maupun plastik yang digunakan untuk membungkus makanan (Wahmuda, 2018).

Klasifikasi Kemasan

Kemasan yang ada pada saat modern ini diklasifikasikan dalam berbagai macam kelompok. Klasifikasi kemasan adalah sebagai berikut (Suhardi, 2019) :

1. Klasifikasi kemasan yang didasarkan pada frekuensi pemakaian :
 - a. Kemasan sekali pakai (*disposable*) merupakan kemasan yang langsung dibuang setelah dipakai.

- b. Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (*multitrip*), dalam artian kata kemasan dikembalikan ke produsen, contohnya botol minuman.
 - c. Kemasan yang tidak dibuang atau dikembalikan oleh konsumen (*semi disposable*) dalam artian kata kemasan dapat digunakan sebagai wadah penyimpanan lainnya.
2. Klasifikasi kemasan berdasarkan struktur sistem kemas (kontak produk dengan kemasan) :
- a. Kemasan primer, memiliki arti langsung bersentuhan dengan produk – produk yang dibungkusnya.
 - b. Kemasan sekunder, memiliki arti tidak bersentuhan langsung dengan produk-produknya tetapi membungkus produk yang telah dikemas dengan menggunakan kemasan primer.
 - c. Kemasan tersier dan kuartener, merupakan kemasan untuk mengemas produk produk setelah kemasan primer atau sekunder.
3. Klasifikasi kemasan berdasarkan sifat kekakuan bahan kemasan :
- a. Kemasan *fleksibel* adalah bahan kemasan yang mudah dilenturkan tanpa adanya retak atau patah.
 - b. Kemasan kaku adalah bahan kemas yang bersifat keras, kaku, dan tidak tahan lenturan.
 - c. Kemasan semi kaku / *semi fleksibel* merupakan bahan kemas yang memiliki sifat-sifat antara kemasan fleksibel dan kemasan kaku.
4. Klasifikasi kemasan berdasarkan sifat perlindungan terhadap lingkungan :
- a. Kemasan hermetis (tahan uap dan gas) yaitu kemasan yang secara sempurna tidak dapat dilalui oleh gas, udara atau uap air sehingga selama masih hermetis wadah ini tidak dapat dilalui oleh bakteri, kapang, ragi dan debu. Misalnya kaleng, botol gelas yang ditutup secara hermetic.
 - b. Kemasan tahancahaya yaitu wadah yang tidak bersifat transparan, misalnya kemasan logam, kertas dan foil. Kemasan ini cocok untuk bahan pangan yang mengandung lemak dan vitamin yang tinggi, serta makanan hasil fermentasi.
 - c. Kemasan tahan suhu tinggi, yaitu kemasan untuk bahan yang memerlukan proses pemanasan, pasteurisasi dan sterilisasi. Umumnya terbuat dari logam dan gelas.

5. Klasifikasi kemasan berdasarkan tingkat kesiapan pakai (perakitan):

- a. Kemasan siap pakai yaitu siap untuk diisi dengan bentuk yang telah sempurna. Contohnya botol, wadah kaleng dan sebagainya.

Kemasan siap dirakit atau kemasan lipatan yaitu kemasan yang masih memerlukan tahap perakitan sebelum diisi.

Fungsi Kemasan

Melindungi, menstabilkan, dan melestarikan isinya selama penanganan, perdagangan, transportasi, dan penyimpanan merupakan fungsi utama dari kemasan. Defenisi ini menyiratkan bahwa kemasan harus berfungsi sebagai wadah yang memastikan tidak ada produk makanan yang bocor. Setiap produk dijaga agar tidak ada oksigen, air, cahaya, bakteri, serangga yang masuk ke dalam kemasan dan dapat merusak isi. Bahan harus kuat dan cukup fleksibel supaya tahan terhadap goncangan (Maffei, 2017). Kemasan harus menampilkan sejumlah faktor penting sebagai berikut (Widodo, 2016) :

1. Faktor Pengamanan

Melindungi produk terhadap berbagai kemungkinan yang dapat menjadi peyebab timbulnya kerusakan barang.

2. Faktor Ekonomi

Perhitungan biaya produksi yang efektif termasuk pemilihan bahan, sehingga biaya tidak melebihi proporsi manfaatnya.

3. Faktor Komunikasi

Sebagai media komunikasi yang mencerminkan produk, citra merek, dan juga sebagai bagian dari promosi.

4. Faktor Estetika Keindahan

Daya tarik visual yang mencakup pertimbangan penggunaan warna, bentuk, merek/logo, ilustrasi, huruf, dan tata letak untuk mencapai mutu daya tarik visual secara optimal.

5. Faktor identitas

Secara keseluruhan kemasan harus berbeda dengan kemasan lain, agar mudah dikenal dan membedakannya dengan produk-produk yang lain.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian berbasis praktik (Practice Based Research) dalam upaya mencari informasi, menganalisa data dan memecahkan permasalahan.

Populasi dan Sampel

Metode yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan menggunakan purposive sampling dimana dipilih responden yang sesuai kriteria yang telah ditentukan dan sesuai tujuan penelitian yang dilakukan. Responden yang dipilih untuk kuesioner I ini adalah konsumen produk aneka keripik. Responden ini mewakili populasi untuk menentukan kansei word yang merepresentasikan desain kemasan aneka keripik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Obyek Penelitian

Objek penelitian saat ini difokuskan pada pelaku usaha dibidang olahan pangan yaitu aneka keripik Nuri Snack Snack yang beralamat di Jl.Sumber Sari No.6 Desa Pesanggrahan Kecamatan Kesugihan Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. Nuri Snack memiliki 3 jenis olaha keripik yakni olahan keripik talas, singkong dan pisang. Setiap jenis olahannya memiliki beragam varian rasa seperti balado, barbeque, jagung bakar, jagung manis, pedas manis dan keju.

Hasil Analisis Pengolahan Data

Penentuan Kansei word

Pengidentifikasian kansei words diperoleh melalui hasil wawancara awalan yang dilakukan kepada 10 responden. Proses pengidentifikasian dilakukan dengan cara menunjukkan sampel kemasan kemasan aneka keripik Nuri Snack yang sudah ada dipasaran. Tujuan dari kansei words adalah untuk mendapatkan persepsi dari psikologis konsumen terhadap kemasan aneka keripik Nuri Snack.

Analisa Uji Validitas

Hasil dari penyebaran kuisisioner tingkat kepentingan kepada 45 responden, diperoleh hasil 15 pernyataan dalam kansei words. Pengolahan pada iterasi pertama dari 15 pernyataan yang disebarkan didapatkan 2 hasil kansei words yang tidak valid yaitu

bentuk simple dan tidak merusak isi. Data dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Nilai r tabel untuk data 45 responden yaitu 0,276 yang didapatkan dari nilai $df = N-1$.

Pernyataan yang tidak valid dieliminasi dan dilakukan pengujian validitas iterasi kedua. Satu pernyataan ditemukan lagi tidak valid yaitu produk terlindungi. Eliminasi pun dilakukan kembali, dan lanjut ke iterasi ketiga. Pada iterasi ketiga semua pernyataan dinyatakan valid. Berdasarkan uji validitas iterasi ketiga, diperoleh 12 pernyataan yang dinyatakan valid.

Analisa uji Realibilitas

Langkah selanjutnya dalam pengolahan data adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan setelah olahan data pada uji validitas dinyatakan valid semua. Setelah diperoleh kevalidan semua data, maka proses pengujian reliabilitas dilakukan. Hasil dari uji reliabilitas adalah 0,866 dengan kriteria reliable (erat). Hal ini membuktikan bahwa konsistensi dalam data pada kuesioner sangat tinggi.

Analisa Uji Kecukupan Data

Pengujian kecukupan data terhadap 45 responden dengan 12 pernyataan yang sudah valid pada pengujian iterasi ketiga Berdasarkan pengolahan di atas, maka didapatkan N'' sebesar 13,51. Maka data tersebut sudah dinyatakan cukup karena $N'' (13,51) < N (45)$. Data yang dikumpulkan dinyatakan telah cukup untuk Analisa lebih lanjut atau juga bisa dikatakan bahwa data telah dapat mewakili data lain yang tidak termasuk dalam pengumpulan analisis data

Analisa Faktor

Berdasarkan hasil pengolahan data maka dapat diketahui bahwa hasil uji KMO sebesar 0,634 yang artinya data lebih dari cukup untuk dilakukan Analisa faktor, karena berada pada rentang 0,6 - 0,7. Sedangkan pada uji Bartlett's didapatkan hasil Chi – Square sebesar 368,254 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dalam artian kata maka variabel yang digunakan berkorelasi dengan variabel lainnya.

Setelah itu data diolah dengan melakukan pengujian MSA. Hasil perhitungan MSA didapatkan 2 pernyataan yang berada di bawah nilai 0,5 yaitu pernyataan 1 (bentuk simple) dengan nilai 0,273 dan pernyataan 11 (tidak merusak isi) dengan nilai 0,316. Maka selanjutnya dilakukan uji KMO dan MSA iterasi kedua. Hasil uji KMO sebesar 0,688 yang artinya data lebih dari cukup untuk dilakukan Analisa faktor karena berada pada rentang 0,6 - 0,7. Sedangkan pada uji Bartlett's didapatkan hasil Chi – Square sebesar

332,524 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel yang digunakan berkorelasi dengan variabel lainnya. Langkah selanjutnya yaitu yaitu melakukan pengujian MSA. Berikut hasil rekapitulasi nilai MSA pada iterasi 2. Berdasarkan hasil pengujian, dapat diketahui bahwa nilai MSA dari 13 pernyataan di atas sudah dapat terprediksi oleh pernyataan lain dengan error yang relatif

Analisa Penentuan Item dan Kategori

Penetapan penentuan kategori dan item ini berfungsi untuk menentukan elemen desain terhadap kemasan aneka keripik Nuri Snack. Kemasan aneka keripik yang didesain menggunakan 3 (tiga) kategori elemen kemasan yaitu warna, bentuk atau desain kemasan, dan material fisik. Tetapi, informasi dan ukuran tidak digunakan pada penentuan kategori dan item. Sedangkan ukuran menyesuaikan dan tergantung kepada pilihan produsen. Elemen desain ini akan membentuk stimulasi gabungan yang akan dikembalikan kepada konsumen dalam bentuk kuesioner.

Analisa Penentuan Kombinasi Stimulasi

Langkah berikutnya adalah penentuan kombinasi stimulasi yang dilakukan terhadap setiap elemen desain yang telah dikelompokkan. Fungsinya untuk memberikan penilaian kesesuaian atau hubungan antara elemen desain yang telah dibentuk dalam kombinasi stimuli pada kuesioner evaluasi tingkat kepentingan. Rancangan ortogonal array memungkinkan pengukuran seluruh dampak utama dari atribut yang diinginkan. Penggunaan rancangan ortogonal array bertujuan untuk meminimalisasi jumlah stimulasi yang terbentuk dalam jumlah banyak, sehingga akan memberikan kesulitan pada konsumen dalam menentukan prioritas

Analisa Konjoin

Setelah disebarkan kuesioner evaluasi tingkat kepentingan 2 (dua), langkah berikutnya adalah Analisa konjoin. Analisa konjoin merupakan suatu teknik analisa yang digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan yang relatif berdasarkan persepsi pelanggan yang dibawa oleh suatu produk tertentu dan nilai kegunaan yang muncul dari atribut-atribut produk terkait. Adapun analisa konjoin dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 45 responden yang merupakan konsumen yang membeli aneka keripik berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan didapat nilai utilitas positif dan utilitas negatif. Nilai utilitas positif menyatakan bahwa konsumen atau responden suka

terhadap kombinasi yang ditawarkan, sedangkan nilai utilitas negatif menyatakan hal sebaliknya.

Analisa Pentingnya Faktor

Berdasarkan nilai utilitas yang telah didapatkan dari pengolahan Analisa konjoin, maka didapatkanlah nilai penting pada setiap indikator atau elemen desain. Utilitas terbesar pada setiap faktor merupakan spesifikasi terpilih untuk perancangan kemasan aneka keripik. Nilai utilitas yang terbesar diperoleh pada kategori warna adalah warna terang dengan nilai utilitas 0,16, pada kategori desain kemasan adalah elegan dengan nilai 0,05, dan pada kategori material fisik kemasan adalah plastik standing pouch dengan nilai 0,12. Kategori yang telah terpilih merupakan spesifikasi akhir dalam perancangan kemasan aneka keripik.

Analisa Konsep Desain

Konsep desain dan spesifikasi merupakan langkah terakhir sebelum melakukan perancangan dan desain kemasan aneka keripik Nuri Snack. Perancangan yang dilakukan berdasarkan hasil pengujian kelayakan Analisa faktor pada uji MSA dimana *kansei words* yang terpilih yaitu kata yang memiliki nilai MSA > 0,5. Jumlah *kansei words* yang memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu sebanyak 13 kata. Spesifikasi akhir kemasan yang didapatkan berdasarkan metode *kansei engineering* yaitu kemasan berwarna terang dengan desain elegan dan kemasan bisa dibuka tutup dengan mudah. Selain spesifikasi utama kemasan tersebut juga terdapat item tambahan pendukung kemasan aneka keripik Nuri Snack :

1. Bentuk unik
2. Warna identitas produk
3. Informasi produk lengkap
4. Informasi kemasan lengkap
5. Rapi
6. Produk terlindungi
7. Mudah dibawa
8. Mudah disimpan
9. Memiliki perizinan
10. Desain menarik

Analisa Perancangan Desain

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh perancangan kemasan untuk kemasan aneka keripik Nuri Snack. Desain kemasan telah memenuhi keinginan dari persepsi konsumen yang diperoleh dari pengolahan data terhadap kuesioner tingkat kepentingan, sebagai berikut :

1. Spesifikasi Kemasan

Kemasan terbuat dari kemasan *standing pouch window doff* putih 500z. Dengan ukuran 14x23 berwarna putih. Kapasitas berat yang diinginkan 80 gram. Pemilihan warna pada kemasan adalah terang (transparan). Sehingga akan memperlihatkan isi dari produk aneka keripiknya. Desain yang terpilih yaitu desain stikeryang elegan. Stiker ini sangat membantu untuk membuat tampilan lebih menarik dan memiliki nilai estetika. Rancangan kemasan dapat dilihatpada Gambar 4.1 dan 4.2



Gambar .1 Rancangan Label Stiker



Gambar .2 Kemasan *Standing Pouch window doff* putih

2. Spesifikasi Rancangan Terpilih Berdasarkan *Kansei Words*

a. Bentuk unik

Kemasan memiliki jendela yang berfungsi menampilkan produk tampak dari luar tanpa membuka kemasan.

b. Warna identitas produk

Warna identitas produk terlihat jelas, karena kemasan yang digunakan berwarna putih sehingga memiliki kesan netral dan miliki jendela sehingga tekstur produk terlihat dari luar tanpa harus membuka kemasan.

c. Informasi produk lengkap

Informasi produk pada kemasan meliputi semua aspek yang bisa menjelaskan produk secara terperinci, seperti merek, komposisi, berat bersih, tanggal kadaluarsa, kode produksi, alamat produsen, perizinan edar (PIRT), nama produk dan varian rasa.



Gambar .3 Informasi Produk Lengkap

d. Informasi kemasan lengkap

Infomasi kemasan pada desain kemasan telah memenuhi keinginan dari persepsi konsumen yang diperoleh dari pengolahan data terhadap kuesioner tingkat kepentingan. Kemasan *ziplock* dianggap sebagai kemasan yang praktis dibuka tutup.

e. Rapi

Penggunaan material plastik *standing pouch* ini menjadikan kemasan terlihat rapi, karena bentuknya yang bisa berdiri. Hal ini akan menampilkan estetika produk kepada membuat konsumen.

f. Produk terlindungi

Produk aneka keripik memiliki jenis kemasan yang double pengamana, berupa *ziplock* dan *sealer seal* sehingga memiliki 2 kali perlindungan segel.

g. Mudah disimpan

Kemasan yang berukuran tidak begitu besar terpilih 14x23 sehingga memudahkan konsumen untuk menyimpannya. Dan mudah dibawa kemana-mana.

h. Memiliki Perijinan (PIRT)

Kemasan yang digunakan adalah kemasan yang memiliki perizinan edar berupa nomer edar PIRT 2113301010341-27

i. Desain menarik

Desain pada kemasan sangat menarik, ini berguna untuk membuat konsumen tertarik pada produk. Secara tidak langsung kemasan dengan desain menarik bisa meningkatkan minat konsumen.



Gambar .4 Desain Menarik

Analisa Consult Expert

Analisa consult expert dilakukan untuk mengetahui biaya produksi. Biaya produksi kemasan aneka keripik yang digunakan saat ini dengan material plastik bening 10's dengan kertas warna tempel, memerlukan biaya biaya produksi perkemasan yaitu Rp. 700,- dan kertas warna tempel biaya Rp. 200,- dengan total biaya Rp 700,-. Setelah dilakukan perbaikan terhadap kemasan aneka keripik berdasarkan persepsi konsumen dengan menggunakan metode *kansei engineering* diperoleh total biaya produksi perkemasan yaitu Rp. 1.566,- meliputi kemasan *standing pouch doff* putih sebesar Rp 900,- dan stiker label sebesar Rp 666,-

Biaya produksi kemasan naik dari harga sebelum dilakukannya perbaikan atau perancangan ulang kemasan. Hal ini akan menjadi pertimbangan yang sangat besar bagi *owner* aneka keripik Nuri Snack. Penggunaan kemasan usulan diperuntukkan untuk segmen toko modern, *onlineshop*, toko oleh-oleh, *minimarket*, gerai UMKM dan lain sebagainya dengan mayoritas konsumen kelas menengah dan atas untuk menggunakan kemasan yang telah diperbaharui.

Keunggulan dari kemasan yang telah dilakukan perbaikan ini yaitu bisa berdiri, memiliki *ziplock* sehingga mudah dibuka-tutup, memiliki perizinan edar berupa PIRT dan memiliki desain stiker yang lebih bagus karena karena disetiap sisi desain menjelaskan informasi produk dan informasi kemasan secara detail dan jelas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa spesifikasi akhir merancang ulang kemasan aneka keripik Nuri Snack diperoleh dari *kansei words* dan elemen desain sebagai berikut :

1. *Kansei words* terpilih

Adapun *kansei words* terpilih yang didapatkan berdasarkan pengidentifikasian *kansei words* dan pengolahan data, adalah sebagai berikut : bentuk unik, warna identitas produk, informasi produk lengkap, informasi kemasan lengkap, rapi, produk terlindungi, mudah dibawa, mudah disimpan, memiliki perijinan dan desain menarik.

2. Elemen desain terpilih

Elemen desain terpilih dalam perancangan ulang kemasan aneka keripik Nuri snack yang diperoleh dari penyebaran kuesioner evaluasi tingkat kepentingan. Hasil dari penyebaran kuesioner tersebut adalah kemasan menggunakan warna yang terang, memiliki desain elegan, dan terbuat dari plastik ziplock.



Gambar .5 Desain Terpilih

Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diberikan rekomendasi yaitu :

1. Bagi owner home industry

Owner diharapkan memahami keinginan konsumen dalam hal kemasan agar penjualan semakin meningkat. Desain kemasan yang telah dirancang pada penelitian ini hendaknya bisa diaplikasikan oleh pihak pelaku usaha, karena telah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya dengan menggunakan metode kansei engineering dapat menambahkan metode lainnya yang berkaitan, tujuannya untuk kesempurnaan dalam penelitian.

DAFTAR REFERENSI

- Alfin, M. NF. 2016. Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus The Hijau Serbuk TOCHA), Fakultas Ekonomi Siliwangi
- Eko, D. 2016, Perancangan Smart Packaging Intip Dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering dan Eco Design, Universitas Muhamadiyah Surakarta.
- Kineta, Karen Janice, Bing Bedjo Tanudjaja, and Daniel Kurniawan Salamoon. (2017). Perancangan Desain Kemasan Roti Varian Merek Roti Borobudur di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal DKV Adiwarna 1.10: 7.
- Kotler, P. 1995. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kaihatu, T. 2012. Manajemen Pengemasan. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Mu'alim, Rachmad Hidayat, 2014. Re-Desain Kemasan dengan Metode Kansei Engineering, Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains Dan Teknologi, Vol . 2, No. 4, September
- Sudjadi, T. 2012 . Desain Grafis Kemasan UMKM. Yogyakarta: DEEPUBLISH 215-223
- Suhardi, Dadang. (2019). Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Pada Ukm Pembuat Tape didesa Masyarakat 2.02 .
- Wahmuda, Faza, and Moch Junaidi Hidayat. (2018). Makna Tampilan Visual Kemasan Sebagai Penerapan Redesain Kemasan Makanan Ringan Di Ukm Benok–Kabupaten Probolinggo. Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan. 2018.
- Widodo, Andreas Slamet. (2016). Teknik Perancangan Label Dan Kemasan Produk Tekstil Konveksi Bagi Siswa Smk Di Surakarta. Peningkatan Kapabilitas UMKM Dalam Mewujudkan UMKM Naik Kelas : 386-394.