

BAB I

PENDAHULUAN

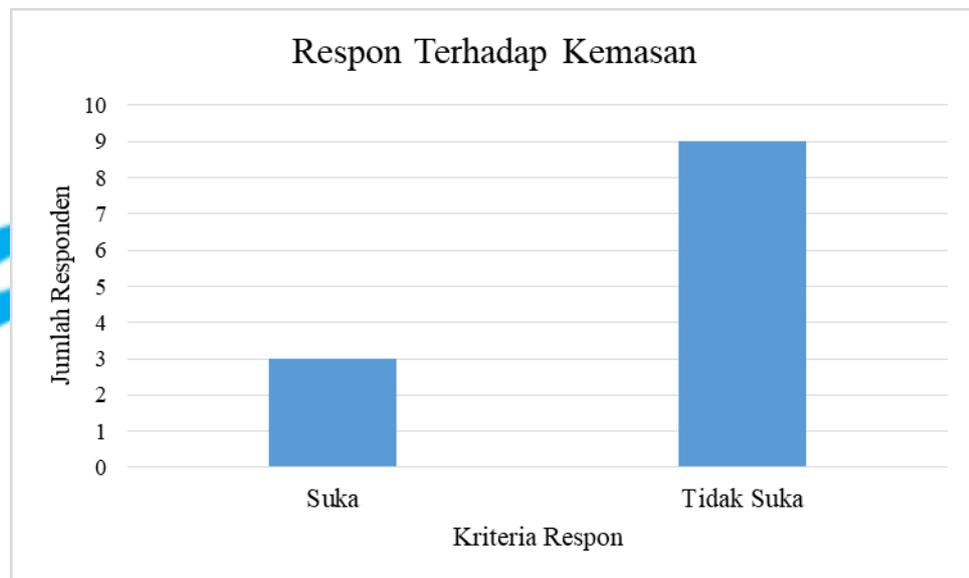
1.1. Latar Belakang

Bisnis Skala Mikro, Kecil, dan Menengah dapat membantu ekonomi negara juga menciptakan lapangan kerja. Mereka juga berperan dalam menerapkan manfaat finansial dari pembangunan di seluruh bangsa (Sudati et al., 2019). Di Indonesia, banyaknya bibit UMKM yang menjamur tentunya akan memberikan dampak positif yaitu dapat meningkatkan sektor perekonomian di Indonesia, dan dengan adanya UMKM juga dinilai sangat efektif dalam mengurangi pengangguran di Indonesia, sebagai usaha kecil, menengah dan mikro baru pasti akan menciptakan banyak lapangan kerja.

Sebuah usaha tidak dapat bertahan lama tanpa strategi bisnis yang tepat dan efektif, sehingga perlu dikembangkan metode untuk menarik perhatian konsumen pada produk yang diproduksinya. Kemasan adalah karya seni, desain, atau struktur kreatif yang terkait dengan suatu produk yang mendukung nilai jualnya. Karya kreatif ini menarik perhatian konsumen pada komponen produk, seperti bentuk, bahan, warna, dan gambar. Ini juga dapat mencakup tipografi dan elemen lain yang membuat produk mudah diingat. Dengan membuat kemasan yang berkaitan dengan informasi suatu produk, perusahaan dapat memasarkan produknya dengan lebih efektif. Jadi, pada prinsipnya pengemasan bukan hanya sekedar melindungi produk dan membuatnya mudah dibawa, tetapi pengemasan memiliki fungsi lain seperti menambah nilai estetika pada produk, memperkenalkan identitas produk, melindungi produk dari kontaminasi eksternal, sehingga produk dapat dipertahankan.

Salah satu usaha yang masih menggunakan cara tradisional dalam melakukan produksi maupun pemasarannya yaitu UMKM “APHE” yang berlokasi di dimana usaha ini merupakan sebuah UMKM yang memproduksi kerupuk kulit sapi asli. Usaha ini mulai dirintis pada tahun 2008 dan masih berjalan hingga sekarang. Bapak Asep pemilik UMKM tersebut memulai usahanya dengan menjual kulit sapi ke pengrajin kerupuk kulit sapi karena didukung ketersediaan bahan baku yang melimpah ketika itu. Dalam melakukan pengemasan pada produk kerupuk kulit sapi

sudah jadi yaitu menggunakan plastik yang diikat ujungnya saja menggunakan tali dan tanpa ada label sebagai identitas dari usaha tersebut.



Gambar 1. 1 Respon Terhadap Kemasan
(Data Penelitian, 2022)

Pada umumnya konsumen lebih menyukai kemasan yang terlihat bagus, rapi, tertutup, meskipun hal ini tentu saja membuat harganya menjadi lebih mahal. Seperti pada grafik 1.1, dimana terdapat hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti terhadap 12 orang responden terhadap kemasan kerupuk kulit sapi APHE yang saat ini dipakai untuk mengemas produk kerupuk kulit sapi dan didapatkan data bahwa sebanyak 9 orang responden tidak suka terhadap kemasan tersebut dikarenakan kemasan masih sangat sederhana dan terlalu besar. Sedangkan 3 orang lainnya menyatakan suka karena menurut mereka hal tersebut sudah cukup untuk mengemas produk. Selain itu menurut pemaparan pemilik UMKM APHE yang menyatakan bahwa produknya ini ingin menembus target pasar yang jauh lebih luas hingga ke supermarket dan *online shop* yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat tentu pertimbangan mengenai kemasan yang menarik perlu diperhatikan guna meningkatkan *value* dari produk tersebut dan menarik minat masyarakat yang akan membeli kerupuk kulit sapi.

Dalam penelitian ini, desain kemasan ditingkatkan menggunakan pendekatan *kansei engineering*. Menurut Nagamachi *Kansei Engineering* menunjukkan bagaimana kebutuhan, emosi, dan ekspektasi produk konsumen diterjemahkan ke

dalam solusi desain dan parameter produk. Ini juga menjelaskan *Kansei* dengan menunjukkan bagaimana penerapannya dalam desain (Annisa & Zulfhi Surya, 2017). Penelitian ini berfokus untuk mencapai tujuan tertentu yaitu menyesuaikan rancangan ulang desain kemasan dengan kebutuhan konsumen yang diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen dan dapat meningkatkan daya jual produk.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian adalah “Bagaimana usulan desain kemasan kerupuk kulit sapi pada UMKM APHE yang sesuai dengan keinginan konsumen?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dalam penelitian adalah menghasilkan usulan desain kemasan kerupuk kulit sapi pada UMKM APHE yang konsumen inginkan dengan penerapan metode *Kansei Engineering*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini menjanjikan manfaat teoritis dan praktis bagi yang membutuhkan, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Harapan dari kajian ini adalah meningkatkan pemahaman dan informasi mengenai perbaikan sebuah kemasan produk yang sesuai dengan penerapan metode *Kansei Engineering*.

2. Manfaat Praktis

Sementara itu, manfaat praktis pada penelitian ini meliputi 3 aspek seperti manfaat bagi penulis, manfaat bagi penelitian selanjutnya, dan manfaat bagi UMKM itu sendiri, yaitu sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini mampu berfungsi sebagai alat yang berguna demi mengimplementasikan ilmu yang dimiliki penulis berkenaan dengan perancangan dan perbaikan produk dengan penerapan metode *Kansei Engineering*.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan, penelitian ini akan menjadi sumber rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang terkait dengan *Kansei Engineering*.

c. Bagi UMKM Terkait

Dengan adanya desain kemasan yang diusulkan oleh penulis, harapannya penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan pada masa mendatang.

1.5. Batasan Masalah

Harapannya, penelitian ini berlangsung dengan baik dan efektif, sehingga penulis membatasi masalah seperti yang dicantumkan berikut:

1. Penelitian ini difokuskan untuk perbaikan desain kemasan kerupuk kulit sapi di UMKM APHE.
2. Metode yang dipakai untuk mengidentifikasi tentang hal-hal yang diperlukan dalam perancangan kemasan kerupuk kulit sapi adalah *Kansei Engineering*.

