

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM Mandiri merupakan salah satu UMKM keripik yang berlokasi di Jl. Manunggal; Dsn. Gabel; Ds. Pasirkaliki; Kec. Rawamerta, Kab. Karawang; Jawa Barat. UMKM ini menjual 3 jenis produk yaitu keripik pisang, keripik sukun dan keripik ubi ungu. Namun didominasi pada keripik pisang yang menjadi produk utama dari UMKM Mandiri. Berdasarkan data penjualan Keripik Pisang Mandiri pada bulan Juli s.d Desember 2023, penjualan keripik pisang mengalami penurunan. UMKM Keripik Pisang Mandiri menjual sebanyak 1500 kg pada bulan Juli dan mengalami penurunan pada bulan Agustus dengan total penjualan sebanyak 1300 kg. Meskipun terjadi peningkatan pada bulan September dengan selisih 50 kg dengan jumlah penjualan bulan sebelumnya, penjualan keripik pisang kembali mengalami penurunan penjualan pada 3 bulan terakhir yang hanya dapat menjual kurang dari 1000 kg setiap bulan nya. Berikut adalah sampel kemasan Keripik Pisang UMKM Mandiri yang digunakan sampai saat ini;



Gambar 1.1 Kemasan Keripik Pisang Mandiri

Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan hasil sebagai berikut, 20% mengeluhkan mengenai rasa, 10% mengeluhkan mengenai jenis varian rasa, 10% mengeluhkan mengenai kuantitas keripik pisang, dan 60% mengeluhkan mengenai kemasan. Berdasarkan uraian tersebut, didapatkan bahwa kemasan produk menjadi faktor yang paling banyak dikeluhkan para konsumen. Dengan demikian, UMKM Keripik Pisang Mandiri berupaya untuk memperbaiki kualitas dari kemasan produk tersebut. Dengan demikian, UMKM Keripik Pisang Mandiri dapat bersaing di pasaran.

Dalam perdagangan camilan, produsen harus membantu mengoptimalkan kualitas rasa dan kemasan agar dapat bersaing dengan produk lain di pasaran. Tampilan kemasan juga tidak kalah penting, karena tampilan dan bentuk camilan konvensional akan bersaing dengan produk makanan olahan yang memiliki kualitas rasa dan kemasan yang menarik minat konsumen untuk membelinya. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui pengembangan kemasan yang inovatif dan berdasarkan preferensi konsumen. Metode yang dapat digunakan untuk pengembangan produk yaitu metode *Kansei Engineering* yang sesuai dengan preferensi konsumen.

Designing Kansei bertujuan untuk memenuhi keinginan pembeli melalui kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Konsep Kansei Engineering adalah mengumpulkan kepuasan dan masukan dari pembeli dan mengubahnya menjadi detail desain produk. Kansei Engineering dapat menjadi strategi yang digunakan untuk membuat produk, Khususnya dalam bidang spesifikasi design. Strategi ini mampu menguraikan tingkat kepuasan atau masukan klien menjadi detail desain. (Alghofari dan Muttaqin 2018) dalam penelitiannya mengatakan bahwa untuk membuat pelanggan tertarik pada produk maka dibuatlah sampel design produk. Spesifikasi design harus mampu menjangkau perasaan pembeli sehingga pelanggan membuat pilihan untuk melihat, menyentuh, dan bahkan membeli produk tersebut.

Dalam membuat desain produk metode *Kansei Engineering* menjadi metode yang dipergunakan untuk membuat desain seperti membuat Desain Alat Pemanen Buah Manggis (Edytiananda et al. 2019) Pembuatan Desain Kemasan Bubuk Sari Pala (Titaley dan Kakerissa 2021), Perancangan Ulang Kemasan Takoyaki (Faisal, Fathimahhayati, dan Sitania 2021), Perancangan Produk UMKM yang berbasis Web yaitu *User Interface E-Commerce* (Indra Griha 2019), Kemasan Produk intip yang dirancang berdasarkan Preferensi Konsumen (Alghofari dan Muttaqin 2018), dan Kemasan Carica yang di rancang (Donida, Prastawa, dan Mahacandra 2019), serta masih banyak lagi.

Kesimpulan dari uraian sebelumnya yaitu UMKM Pisang Mandiri memiliki penurunan penjualan produk yang disebabkan karena tampilan kemasan yang kurang menarik. Kansei Engineering menjadi metode yang sering digunakan dalam mengatasi masalah tersebut.

Oleh karena itu, refleksi ini difokuskan pada upaya untuk melakukan perbaikan dengan menyusun design produk yang sesuai dengan keinginan pembeli. Design yang mampu menunjukkan karakter produsen, meningkatkan minat pembeli untuk membeli barang, dan menjaga kualitas barang agar tetap aman hingga sampai di tangan konsumen. Design produk ini dilakukan berdasarkan evaluasi aspek-aspek yang dibutuhkan oleh pembeli. Dengan dikembangkannya design produk ini, diharapkan mampu memberikan kepuasan emosional kepada pelanggan dan dapat meningkatkan minat pembeli untuk membeli serta meningkatkan penjualan barang di UMKM Keripik Pisang Mandiri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana perancangan dan pengembangan desain kemasan keripik pisang Mandiri dengan menggunakan metode *Kansei Engineering*.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah memberikan pengembangan packaging produk kemasan yang sesuai dengan keinginan pembeli dengan metode *Kansei Engineering*.

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini diperlukan untuk memperlancar penelitian agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan dan mencegah terjadinya penyimpangan dari parameter penelitian. Berikut ini adalah beberapa masalah yang menjadi batasan penelitian ini:

- a. Pengembangan desain produk kemasan hanya dilakukan pada produk utama UMKM Mandiri yaitu keripik pisang dan tidak meliputi desain jenis keripik lainnya yang diproduksi oleh UMKM Mandiri.
- b. Pendekatan *Kansei Engineering Thype I* digunakan untuk merancang produk.

- c. Analisis ekonomi tidak termasuk dalam penelitian ini; sebaliknya, analisis ini terutama berfokus pada aspek desain tampilan fisik kemasan yang terlihat.
- d. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini mencakup satu kecamatan Rawamerta, Karawang

1.5 Manfaat

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Membantu produsen atau UMKM untuk mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen.
- b. Memberikan pengetahuan tambahan tentang metode identifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen.
- c. Memberikan pengembangan dan perbaikan desain kemasan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

