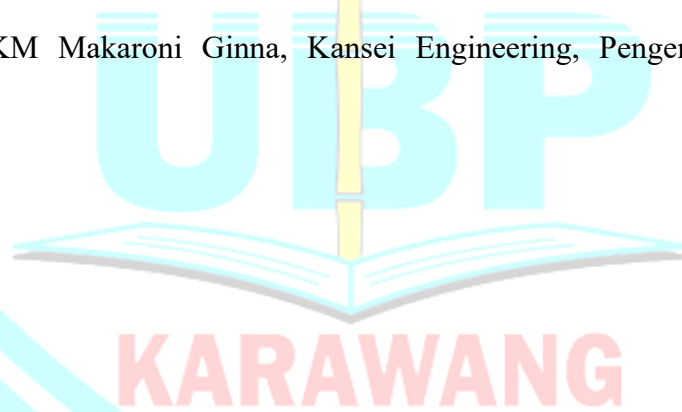


ABSTRAK

Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) Makaroni Ginna bergerak di bidang usaha makanan ringan, khususnya produksi dan penjualan makaroni sebagai cemilan. UMKM Makaroni Ginna mengalami permasalahan terkait desain kemasan yang sekarang, banyak customer dari pemilik UMKM yang mengeluh tentang kemasan yang kurang menarik. Berdasarkan permasalahan penelitian yang bertujuan untuk memberikan pengembangan kemasan produk UMKM Makaroni Ginna yang sesuai dengan keinginan pembeli dengan metode Kansei Engineering. Penelitian ini menggunakan metode Kansei Engineering menjadi metode yang cocok digunakan karena metode ini digunakan untuk memastikan bahwa produk atau layanan mampu memenuhi respons emosional yang diharapkan, Hasil dari penelitian ini menyatakan hanya terdapat 4 kategori saja yang memiliki nilai P Value $<0,05$ yaitu pada Desain (Mudah disimpan) yaitu mewakili untuk item konsep adalah Satu Warna, Persepsi Konsumen (Halal) yaitu untuk item Desain Kemasan adalah Ikon Gambar, Visual (Estetika) yaitu untuk item Jenis Kemasan adalah Standing Pouch, dan Gaya Desain (Mewah)

Kata Kunci: UMKM Makaroni Ginna, Kansei Engineering, Pengembangan produk



ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Makaroni Ginna is engaged in the snack food business, especially the production and sale of macaroni as snacks. MSME Makaroni Ginna is experiencing problems related to the current packaging design; many customers of MSME owners complain about unattractive packaging. Based on the research problem, which aims to provide product packaging development for MSMEs Makaroni Ginna in accordance with the wishes of buyers using the Kansei Engineering method. This research uses the Kansei Engineering method as a suitable method because this method is used to ensure that the product or service is able to meet the expected emotional response. The results of this study state that there are only 4 categories that have a P value < 0.05, namely in Design (easy to store), which represents the concept item of one color; Consumer Perception (halal), which is for the item; Packaging design is image icon and visual (aesthetics), which is for the item. The packaging type is standing pouch, and the design style is luxury.

Keywords: MSMEs Makaroni Ginna, Kansei Engineering, Product development

