

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) sangat memainkan peran krusial dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Aliyah (2022) mengatakan bahwa UMKM adalah salah satu bagian penting dari pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena dapat meningkatkan ekonomi masyarakat. Usaha mikro adalah jenis usaha kecil yang mempunyai karyawan dengan jumlah karyawan sedikit meskipun ukurannya kecil, usaha mikro mempunyai tugas yang fundamental pada ekonomi Indonesia. UMKM mempunyai tugas yang signifikan untuk menaikkan perekonomian di regional maupun nasional (Wulandari, 2023).

Makaroni Ginna ini berlokasi di Jalan Raya Kosambi Desa Curug, Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang. Umkm Makaroni Ginna bergerak di bidang usaha makanan ringan, khususnya produksi dan penjualan makaroni sebagai cemilan. Produk makaroni ini dibuat dengan berbagai varian rasa yang menarik dan ditujukan sebagai pilihan cemilan yang praktis dan lezat untuk berbagai kalangan konsumen. UMKM Makaroni Ginna ini memiliki inovasi pada harga yang relevan sangat murah. UMKM Makaroni Ginna ini telah memiliki sertifikasi halal dan sertifikasi PIRT dan strategi pemasaran melalui berbagai platform seperti Facebook, Tik Tok, Shopee, dan lain sebagainya. UMKM ini bershasil menarik perhatian konsumen dan memperluas jangkauan penjualannya.

Menurut Kapoor dan Kumar (2019). Kemasan memiliki peran yang signifikan sebagai elemen penting dalam strategi pemasaran merek di kalangan anak muda, karena kemasan menjadi kesan akhir yang dapat memengaruhi kepercayaan konsumen. Kemasan yakni hal yang pertama kali diperhatikan oleh pembeli pada saat akan melakukan pembelian suatu produk dan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan Ramadhina dan Mugiono (2022). Menurut Kartiko dan Fanani (2021) dan Sundari et al (2023) Selain berfungsi sebagai wadah, kemasan juga berperan dalam menjaga kualitas serta melindungi produk dari kontaminasi, mempermudah distribusi produk hingga meningkatkan estetika

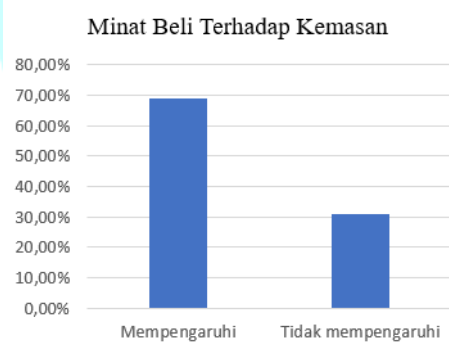
produk. Hal ini sangat berkaitan dengan pergeseran zaman yang selaras dengan peningkatan kebutuhan konsumen saat ini.

Dalam perdagangan camilan, produsen harus membantu Mengoptimalkan citarasa dan desain kemasan supaya produk dapat bersaing dengan kompetitor di pasaran. Tampilan kemasan juga tidak kalah penting, karena tampilan dan bentuk camilan konvensional akan menghadapi persaingan produk makanan olahan yang memiliki rasa yang berkualitas dan kemasan yang menarik perhatian minat konsumen yang akan membeli produk tersebut. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui pengembangan kemasan yang kreatif dan disesuaikan dengan keinginan konsumen. Salah satu metode yang cocok untuk mengembangkan kemasan berdasarkan preferensi konsumen yaitu metode *Kansei Engineering*

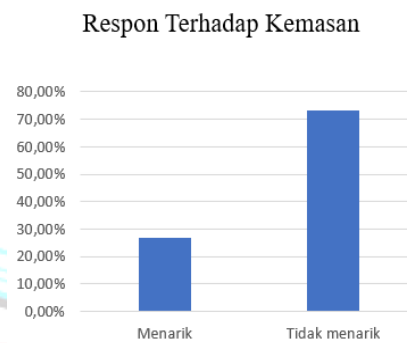
Menurut Pambudi et al (2021) Dalam pengembangan kemasan, desain konseptual sangat penting untuk meningkatkan nilai produk dan meningkatkan daya tariknya. Bisnis harus melakukan survei terhadap pelanggan tentang desain, warna, dan jenis kemasan. Dengan menggunakan *Kansei Word* untuk menggali perasaan pelanggan dan mengubahnya menjadi ide desain dan mengubahnya menjadi komponen yang lebih khusus, tahapan penentuan konsep adalah tahapan paling penting Sari et al (2020). Konsep desain memiliki kemampuan sebagai standar pengukuran dalam memahami hubungan antar elemen desain kemasan dan evaluasi yang menggambarkan harapan dan kebutuhan pelanggan. Untuk mencapai tujuan ini, perlu digunakan teknik pendukung seperti *Kansei Engineering*.

Kansei Engineering merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi produk yang memicu respons emosional pada pengguna. Pendekatan ini menerapkan berbagai teknik rekayasa guna mengaitkan aspek emosional produk dengan karakteristik produknya. Dalam penerapannya, *Kansei Engineering* berfokus pada penyesuaian kebutuhan desain agar sesuai dengan ekspektasi pengguna. Sejak diperkenalkan, *Kansei Engineering* telah sukses diterapkan untuk mengintegrasikan unsur aspek emosional dalam desain, baik pada produk fisik untuk konsumen maupun artefak lainnya (Prabowo, 2019).

Menurut uraian di atas, UMKM Makaroni Ginna mengalami permasalahan terkait desain kemasan yang sekarang, banyak *customer* dari pemilik UMKM yang mengeluh tentang kemasan yang kurang menarik. Untuk mengatasi masalah ini, *Kansei Engineering* menjadi metode yang cocok digunakan. Oleh karena itu, refleksi ini berpusat pada upaya untuk melakukan perbaikan dengan membuat desain produk yang sesuai dengan keinginan pembeli. Desain yang mampu menunjukkan karakter produsen, meningkatkan minat pembeli untuk membeli produk, dan menjaga kualitas produk agar aman saat sampai ditangan pembeli. Dengan dikembangkan desain produk ini, diharapkan mampu memberikan kepuasan emosional kepada pelanggan dan mendorong mereka untuk membeli produk UMKM Makaroni Ginna.



Gambar 1. 1 Minat Beli Terhadap Kemasan (Data Penelitian, 2025)



Gambar 1. 2 Respon Terhadap Kemasan (Data Penelitian, 2025)

Pada dasarnya pembeli selalu melihat kemasan produk karena kemasan memberikan kesan pertama, informasi penting, serta menunjukkan kualitas dan keaslian produk, sehingga membantu mereka merasa yakin sebelum membeli, meskipun hal ini tentu saja membuat harganya menjadi lebih mahal. Selain itu, melalui kemasan, pembeli dapat memperoleh informasi penting seperti tanggal kedaluwarsa, komposisi, petunjuk penggunaan, serta keaslian dan keamanan produk. Kemasan yang menarik, rapi, dan informatif juga dapat meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap merek, sehingga mereka merasa lebih yakin untuk memilih dan membeli produk tersebut dibandingkan produk lain yang kemasannya kurang menarik atau tidak informatif.

Menurut Senggetang et al (2019) Keputusan konsumen merupakan alasan atau dorongan yang muncul dalam diri pembeli terhadap suatu hal sebelum melakukan pembelian disebabkan adanya kebutuhan dan keinginan. Kemasan ialah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Biasanya, produsen mengemas produk sedemikian rupa untuk memikat minat konsumen dan meningkatkan keinginan mereka dalam melakukan pembelian (Onata & Mukaram, 2023)

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka berikut ini adalah rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana perancangan dan pengembangan desain kemasan UMKM Makaroni Ginna dengan menerapkan metode *Kansei Engineering*?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini yaitu memberikan pengembangan kemasan produk UMKM Makaroni Ginna yang sesuai dengan keinginan pembeli dengan metode *Kansei Engineering*

1.3 Batasan Masalah

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

- a. Pendekatan *kansei engineering* yang digunakan untuk membuat rancangan kemasan pada penelitian ini hanya menggunakan Tipe 1
- b. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini hanya mencakup satu Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang.
- c. Penelitian ini terbatas pada evaluasi biaya yang terkait dengan hasil desain produk menggunakan metode *Kansei Engineering*, tanpa melakukan analisis atau perhitungan matematis rinci mengenai biaya tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penilitan ini adalah

- a. Membantu produsen atau UMKM untuk mengenali keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- 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.

