

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

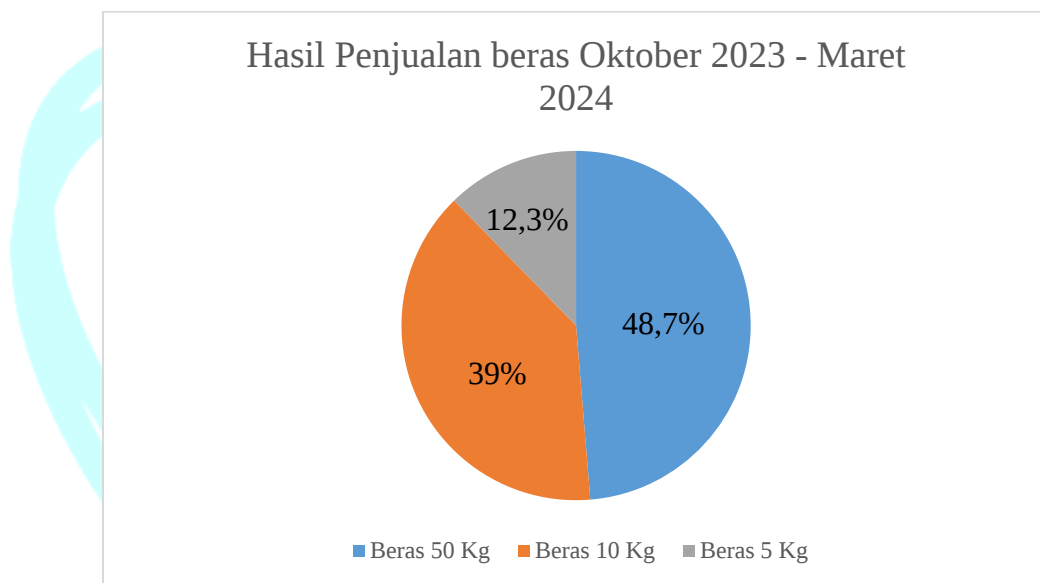
Produk adalah barang atau jasa yang dikonsumsi oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Maka dari itu berbagai usaha akan dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka, sehingga dengan hal tersebut produsen maupun penjual harus mampu merancang produk yang mampu memuaskan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Agar produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan tetap eksis dan tidak mengalami fase kematian, produk harus senantiasa dikembangkan (Hakim dkk, 2022).

Salah satu pengembangan yang dapat dilakukan pada suatu produk adalah pengembangan dari segi kemasan. Kemasan berperan penting bagi suatu produk, yaitu secara umum sebagai bahan pelindung atau pengaman produk dari pengaruh-pengaruh luar yang dapat mempercepat terjadinya kerusakan pada produk yang terdapat di dalamnya. Adapun menurut (Ermawati, E, 2019) selain sebagai pelindung atau pengaman, mempermudah distribusi atau pengontrolan produk, bahkan sebagai cara untuk menyampaikan informasi dan promosi dari produk yang ditawarkan yang ada di dalam kemasan merupakan fungsi-fungsi yang tidak kalah penting.

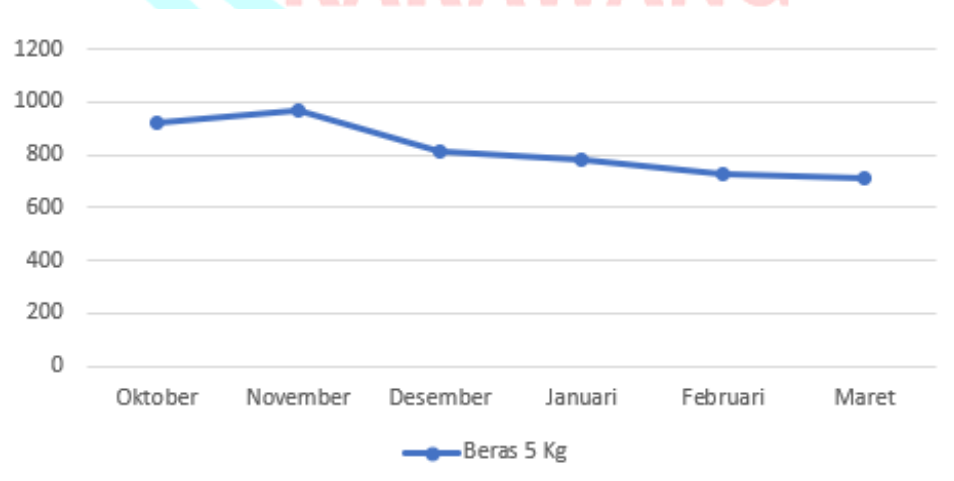
Di dalam kemasan terdapat faktor-faktor penting yang harus diperhatikan. Menurut (Iranita, 2020) beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dan ditampilkan dalam kemasan yang baik dan akan digunakan semaksimal mungkin, antara lain, produk harus terlindungi dari berbagai hal yang dapat menjadi penyebab terjadinya kerusakan, keefektifan dalam biaya produksi, termasuk pemilihan bahan, sehingga biaya tidak melebihi proporsi manfaatnya, pendistribusian produk dari produsen ke distributor sampai ke tangan pelanggan harus efektif dengan adanya kemasan, serta kemasan harus menerangkan dan mencerminkan produk, citra merek, dan juga bagian dari produksi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami dan diingat.

Lumbung Pangan Masyarakat (LPM) Sekarwangi adalah perusahaan yang bekerja sama dengan pemerintah dan bergerak di bidang pangan. Perusahaan ini

memiliki produk utama yaitu beras. Jenis produk yang dimiliki oleh LPM Sekarwangi antara lain beras 5 kg, 10 kg, dan 50 kg. Satu diantara jenis produknya yaitu beras dengan berat 5 kg memiliki hasil penjualan paling sedikit diantara yang lain nya. Tercatat bahwa produk beras 50 kg terjual di angka 48,7%, produk beras 10 kg 39%, dan 5 kg hanya terjual di angka 12,3% dari total penjualan seluruh jenis produk beras LPM sekarwangi. Selain itu produk beras 5 kg ini mengalami penurunan penjualan di 6 bulan terakhir.

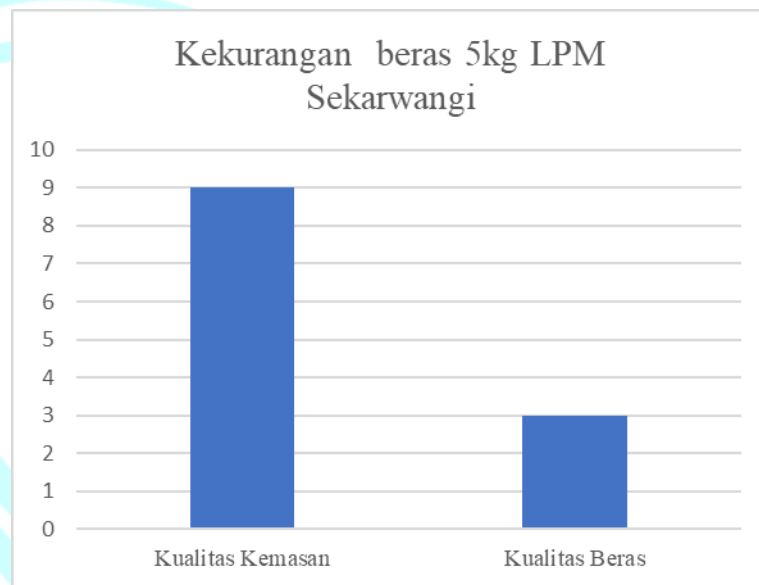


Gambar 1. 1 Grafik persentase penjualan beras LPM Sekarwangi



Gambar 1. 2 Grafik penjualan beras 5kg

Kemudian dilakukan wawancara kepada 10 pelanggan beras LPM sekarwangi dengan menanyakan kekurangan dan kelebihan pada produk ini, dan perbaikan apa yang harus dilakukan mengenai produk ini. Hal ini dilakukan sebagai penelitian pendahuluan yang bertujuan untuk mengidentifikasi apa yang menjadi penyebab menurunnya penjualan produk beras 5 kg pada LPM Sekarwangi. Dari 10 responden, 9 orang memberikan ulasan terkait kekurangan dari kemasan. Data kekurangan kemasan dapat dilihat dari lampiran hasil wawancara studi pendahuluan.



Gambar 1. 3 Grafik Kekurangan beras 5Kg pada hasil penelitian pendahuluan

Berdasarkan masalah diatas dapat disimpulkan bahwa penurunan penjualan terjadi karena kemasan beras yang tidak cukup sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kemasan masih kurang jika dilihat dari faktor estetika, informasi, keamanan, maupun faktor ergonomi. Saat ini kemasan yang digunakan oleh LPM Sekarwangi masih sangat biasa, yaitu dengan plastik polos biasa, tidak memiliki pegangan pada kemasan, kemasan mudah tumpah, tidak ada informasi yang dapat disampaikan kepada konsumen, tidak ada warna dan logo, dan segel kemasan masih kurang rapi dan gampang sobek.

Berdasarkan masalah tersebut, LPM Sekarwangi mempunyai keinginan untuk berusaha menambah dan memperluas penjualan ke daerah-daerah lain, serta dapat bersaing di supermarket dengan cara mengembangkan kemasan produk nya

menjadi lebih baik. Kemasan yang dapat memudahkan konsumen baik dari cara membawa ataupun penyimpanannya, contohnya kemasan yang memiliki pegangan dan mempunyai klip buka tutup, dapat memberikan informasi seperti berat produk dan merek, memiliki estetika yang dapat menarik minat konsumen seperti warna maupun gambar, tidak lupa dengan keamanan yang baik pada kemasan sehingga dapat menjaga kualitas beras yang ada di dalamnya. Hal tersebut tentu perlu ada nya riset dan cara untuk menentukan desain kemasan, sehingga dapat menarik minat masyarakat yang akan membeli produk ini dan diharapkan konsumen LPM Sekarwangi akan bertambah kuantitas nya, penjualan dapat menyebar luas ke daerah-daerah lain, serta dapat bersaing di supemarket.

Penentuan rancangan pengembangan kemasan produk beras yang akan dilakukan oleh LPM Sekarwangi dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Kansei Engineering*. *Kansei Engineering* adalah sebuah metode untuk mendapatkan komponen desain yang nyata dengan menerjemahkan citra (*image*) konsumen atau perasaan konsumen (Nagamachi, 2011). *Kansei Engineering* bertujuan untuk mendapatkan keinginan konsumen melalui perasaan-perasaan yang dirasakan konsumen. Konsep *Kansei Engineering* adalah mengumpulkan perasaan-perasaan atau emosi konsumen dan mengubahnya menjadi spesifikasi desain produk. (Alghofari, 2018) dalam penelitiannya mengatakan desain kemasan harus mampu menjangkau emosi dari konsumen agar dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk tertarik dengan suatu produk.

Berdasarkan uraian di atas, dapat kita ketahui bahwa masih sedikit nya penjualan produk beras 5kg pada LPM Sekarwangi disebabkan oleh kemasan produk beras ini yang belum memenuhi keinginan konsumen. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah tersebut adalah *Kansei Engineering*. Dengan demikian, penelitian bertujuan untuk melakukan pengembangan rancangan kemasan produk beras LPM Sekarwangi agar sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga dapat memenuhi kepuasan emosional kosumen, dan berpotensi meningkatkan hasil penjualan produk beras 5 kg pada LPM Sekarwangi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang terjadi, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dari penelitian ini yaitu, bagaimana desain kemasan produk beras

pada LPM Sekarwangi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang mencakup, diantaranya :

1. Kategori apa yang signifikan pada hasil desain kemasan beras 5kg pada LPM Sekarwangi menggunakan *kansei engineering*.
2. Kata *kansei* apa yang terpilih pada hasil desain kemasan.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah mendapatkan usulan desain kemasan produk beras pada LPM Sekarwangi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menerapkan metode *Kansei Engineering* dengan mengetahui, diantaranya :

1. Kategori yang signifikan pada hasil desain kemasan beras 5kg LPM Sekarwangi menggunakan *kansei engineering*.
2. Kata *kansei* yang terpilih pada hasil desain kemasan.

1.4. Manfaat

Berikut adalah manfaat yang didapatkan dari penelitian ini :

- a. Bagi pelaku usaha :
 1. Dapat memberi masukan kepada LPM Sekarwangi, desain kemasan beras yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
 2. Berpotensi meningkatkan penjualan dengan desain kemasan yang telah dikembangkan dari kemasan yang lama.
- b. Bagi penulis :
 1. Penelitian ini berfungsi sebagai sarana dalam mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari oleh penulis berkenaan dengan perancangan dan pengembangan produk dengan metode *Kansei Engineering*.

1.5. Batasan masalah

Dalam penelitian ini diperlukan batasan masalah untuk menyederhanakan penelitian agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan serta terhindar dari penyimpangan ruang lingkup penelitian yang dilakukan. Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek dalam peneitian ini adalah produk beras LPM Sekarwangi.
2. Perancangan produk dilaksanakan dengan menggunakan metode *Kansei Engineering Type I*
3. Penelitian hanya dilakukan pada kemasan 5 kg.

