

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, industri manufaktur saling bersaing untuk mendapatkan target pasar yang luas. Masing-masing perusahaan berusaha memformulasi dan menerapkan strategi pemasaran yang baik agar dapat mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. Strategi pemasaran yang dilakukan dapat berupa iklan, menambah nilai estetika produk, promosi, dan lain-lain. Sama halnya dengan perusahaan makanan, masing-masing perusahaan juga saling bersaing untuk dapat memasarkan produk makanan mereka dengan melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap produk mereka.

Sebagai dasar pengambilan keputusan untuk melakukan perbaikan terhadap suatu produk, perusahaan akan melakukan survei pasar. Banyak faktor yang dipertimbangkan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Menurut Nasution (2001), terdapat tiga dimensi untuk mengetahui karakteristik produk yang diinginkan konsumen, yaitu dimensi waktu, dimensi biaya, dan dimensi kualitas. Pada dimensi waktu, yang dipertimbangkan adalah kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam mengkonsumsi suatu produk. Dimensi biaya menggambarkan harga dari suatu produk. Sedangkan dimensi kualitas meliputi kinerja, fitur, keandalan, konformitas, daya tahan, pelayanan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan. Apabila ketiga dimensi tersebut telah dianalisis dengan baik faktor kepuasan konsumen dapat diidentifikasi dengan baik oleh perusahaan dalam menciptakan produk yang sesuai atau melebihi harapan konsumen.

Kemasan merupakan produk sampingan yang digunakan sebagai pelindung sebuah produk utama dan juga merupakan salah satu faktor utama yang menentukan kesuksesan sebuah produk dan faktor penting dalam strategi pemasaran pada saat memasarkan sebuah produk. Menurut Natadjaja, dkk (2011), menyatakan bahwa kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau tempat suatu produk, tetapi juga merupakan alat promosi dari produk yang dikemas. Apabila

sebuah produk memiliki desain kemasan yang menarik dan mudah untuk penyimpanan, maka produk tersebut cenderung lebih populer dibandingkan produk lain yang sejenis. Hal ini dikarenakan persepsi konsumen dalam menilai sebuah produk pertama kali didasarkan pada kemasan atau bungkus suatu produk. Konsumen akan beranggapan bahwa kemasan yang menarik memiliki kualitas produk yang baik.

Menurut Nugroho (2006), faktor yang mempengaruhi kemasan yang baik dan kreatif adalah warna, bentuk, merek dan logo, ilustrasi, tipografi, dan tata letak. Konsumen cenderung lebih cepat merespon warna dibandingkan bentuk dan rupa, sehingga warna adalah kesan pertama yang ditimbulkan konsumen ketika melihat sebuah kemasan produk. Bentuk kemasan merupakan faktor pendukung utama yang menciptakan daya tarik visual. Merek dan logo bertujuan untuk membedakan kemasan yang dibuat dengan produk pesaing lain. Selain itu, merek dan logo membantu konsumen untuk lebih mengingat nama produk yang dibuat. Ilustrasi merupakan salah satu unsur penting yang digunakan dalam mengkomunikasikan sebuah kemasan karena dianggap sebagai bahasa universal yang dapat meleburkan perbedaan bahasa. Teks di dalam sebuah produk berguna untuk menjelaskan produk yang ditawarkan dan mengarahkan konsumen agar bertindak sesuai harapan produsen. Sedangkan tata letak merupakan susunan dari kelima faktor diatas, yaitu warna, bentuk, merek, ilustrasi, dan tipografi.

Desain kemasan yang baik dapat dihasilkan oleh suatu perusahaan apabila perusahaan melakukan penelitian yang tepat untuk produknya. Menurut Mamaghani, dkk (2014), pengembangan desain kemasan produk dapat dilakukan dengan metode *kansei engineering* untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik secara fungsi dan emosional. *Kansei engineering* merupakan salah satu metode yang berhasil dalam mengumpulkan dan menganalisis hubungan antara perasaan konsumen dan karakteristik produk. Metode *Kansei Engineering* mendukung afeksi produk dengan menghubungkan kebutuhan konsumen secara matematis ke dalam desain teknis suatu produk. Pada penelitian tersebut dilakukan pengembangan desain kemasan botol saus tomat. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi desain kemasan saus tomat adalah, estetika, ciri khas, operasional, keunikan, dan kerapuhan. Selain itu,

Kawtummachai (2013) menggunakan metode *kansei engineering* untuk menerjemahkan perasaan konsumen ke dalam desain suatu produk. Metode ini merupakan salah satu metode pengembangan produk yang berorientasi pada konsumen dan ergonomis. Pada penelitian tersebut metode *kansei engineering* digunakan untuk mengembangkan desain kemasan pembersih peralatan dapur. Hasil dari penelitian tersebut adalah mampu membuat prototipe kemasan pembersih peralatan dapur yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara fungsional dan kualitas (perasaan atau emosi).

Perusahaan Roti Matahari merupakan salah satu perusahaan roti yang terletak di kota Pasuruan, Jawa Timur. Produk yang dibuat antara lain roti sisir, roti kering, roti ronde, dan lain-lain. Salah satu produk Perusahaan Roti Matahari yang unik dan terkenal adalah roti sisir roombutter. Berdasarkan wawancara singkat yang dilakukan terhadap konsumen, kekurangan desain kemasan roti sisir roombutter yaitu desain kemasan masih kurang menarik, seperti tidak adanya motif dan warna cenderung polos, alamat perusahaan yang tidak lengkap, nama produk dalam kemasan yang tidak dicantumkan, dan lain-lain, sehingga dari segi pemasaran, produk Roti Matahari kurang meyakinkan konsumen untuk mau mengkonsumsi Roti Matahari. Selain itu, penyimpanan roti pun kurang praktis karena harus menutup bungkus roti dengan karet gelang atau benda lain yang dapat digunakan sebagai pengikat kemasan. Kurangnya inovasi pada desain kemasan roti sisir roombutter Matahari membuat produk ini sulit untuk mencapai target konsumen yang lebih luas karena saluran distribusi yang terbatas seperti perusahaan retail yang berskala multinasional yang memiliki standar kemasan pangan untuk produk yang akan dijual oleh mereka.

Melalui penelitian ini, dilakukan pengembangan desain kemasan roti sisir roombutter sebagai salah satu strategi pemasaran Perusahaan Roti Matahari agar lebih menarik konsumen untuk mengkonsumsi produk roti tersebut. Strategi perluasan pasar yang dilakukan pada produk roti sisir roombutter dikarenakan oleh beberapa faktor, yaitu keunikan rasa roti roombutter matahari dan belum banyak perusahaan roti lain yang membuat roti sejenis. Sehingga, melalui perluasan pasar terhadap produk roti sisir roombutter ini, Perusahaan Roti Matahari mampu bersaing dalam skala perusahaan retail multinasional.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Perusahaan Roti Matahari dalam memperluas pemasaran roti sisir roombutter sampai perusahaan retail berskala multinasional, yaitu dibutuhkan desain kemasan yang menarik dan ergonomis serta memenuhi standar peraturan kemasan makanan yang dijelaskan di dalam Undang-Undang RI No. 7 Tahun 1996 Pasal 16 sampai Pasal 19 mengenai peraturan pengemasan produk pangan dalam rangka melindungi konsumen. Standar ini berkaitan dengan kemasan bahan pangan, pelabelan, dan periklanan produk pangan. Gambar 1.1 menunjukkan gambar desain roti sisir roombutter matahari yang sekarang.



Gambar 1.1. Desain Kemasan Roti Sisir Roombutter Matahari Sekarang
Sumber: Pengolahan Data, 2014

Pada gambar 1.1 terlihat bahwa informasi produk yang ditampilkan pada desain kemasan roti sisir roombutter Matahari kurang lengkap, yang hanya mencakup komposisi, logo, dan nama roti. Kemudian, dari segi estetika, desain kemasan ini terlihat polos dan transparan, sehingga kurang menarik dilihat. Selain

itu dari segi kepraktisan untuk membuka kemasan dan menyimpan roti, desain kemasan ini kurang ergonomis, karena tidak ada tempat untuk sobekan kemasan dan juga membutuhkan alat bantu pengikat untuk mengemas kembali roti tersebut.

Pada penelitian ini akan dilakukan perancangan kemasan produk Roti Matahari menggunakan *Kansei Engineering*. Metode *Kansei Engineering* digunakan untuk menentukan *voice of customer* yang akan dinilai tingkat kepentingannya di dalam kuesioner untuk mendapatkan spesifikasi desain kemasan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen Roti Matahari secara fungsional dan emosional. Sehingga, pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perluasan pasar roti sisir roombutter Matahari sampai pada perusahaan retail multinasional melalui perbaikan desain kemasan roti sisir roombutter Matahari.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana desain prototipe kemasan produk Roti Matahari dengan menggunakan metode *Kansei Engineering*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah mengetahui desain prototipe kemasan produk Roti Matahari dengan menggunakan metode *Kansei Engineering*.

1.4. Manfaat Penelitian

Terdapat dua jenis manfaat dalam penelitian ini, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan literatur baru mengenai pengembangan produk kemasan menggunakan metode *Kansei Engineering*. Secara spesifik, penelitian ini menjelaskan proses pengembangan kemasan produk sesuai dengan keinginan konsumen, ergonomis, dan memiliki

nilai estetika yang tinggi melalui serangkaian tahapan pada penggabungan kedua metode diatas.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan kontribusi usulan pengembangan kemasan produk terhadap perusahaan Roti Matahari untuk memperluas pasar melalui desain kemasan yang sesuai dengan keinginan konsumen. Penelitian ini juga bermanfaat untuk memberikan usulan terhadap desain kemasan yang menarik dan ergonomis sebagai salah satu strategi untuk pangsa pasar yang lebih luas.

1.5. Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan waktu penelitian, batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Tidak menghitung biaya karena adanya perubahan desain dan bahan yang digunakan untuk membuat kemasan;
- 2) Hanya menganalisis kemasan produk roti sisir roombutter;
- 3) Tidak menganalisis tingkat perubahan pertumbuhan konsumen yang mengkonsumsi produk Roti Matahari.

1.6. Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan dalam laporan tugas akhir adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori dan literatur acuan yang berkaitan dengan perancangan dan pengembangan produk menggunakan metode *kansei engineering*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan proses pengumpulan data, metode penelitian dan prosedur yang digunakan pada analisis dan pengolahan data di dalam penelitian ini, serta diagram alir yang menggambarkan ringkasan dari keseluruhan rencana penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis dan pembahasan, serta pengolahan data yang didapatkan dari hasil penelitian berkaitan dengan perancangan dan pengembangan kemasan produk Roti Matahari menggunakan metode *kansei engineering*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberikan penjelasan secara singkat dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan konsep desain kemasan produk Roti Matahari yang optimal sesuai dengan kebutuhan konsumen.