

**PERANCANGAN KEMASAN MAKANAN  
TRADISIONAL “PEPES DAGE” UNTUK PENJUALAN  
SECARA ONLINE MENGGUNAKAN METODE  
*USER CENTERED DESIGN***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Alroy Yohanes Susanto**

**NPM : 2017610040**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
2021**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Alroy Yohanes Susanto  
NPM : 2017610040  
Jurusan : Teknik Industri  
Judul Skripsi : Perancangan Kemasan Makanan Tradisional “Pepes Dage”  
Untuk Penjualan Secara Online Menggunakan Metode *User  
Centered Design*

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, 01 September 2021

**Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri**

( Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing

(Yansen Theopilus, S.T., M.T.)



Program Studi Sarjana Teknik Industri  
Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan

## **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Alroy Yohanes Susanto

NPM : 2017610040

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

### **“PERANCANGAN KEMASAN MAKANAN TRADISIONAL “PEPES DAGE” UNTUK PENJUALAN SECARA ONLINE MENGGUNAKAN METODE *USER CENTERED DESIGN*”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Cirebon, 10 Agustus 2021

Alroy Yohanes Susanto  
2017610040

## ABSTRAK

Kota Cirebon memiliki daya tarik wisata berupa kuliner tradisional. Kemasan merupakan penilaian pertama ketika calon pembeli membeli suatu produk makanan. Salah satu makanan tradisional yang ada di daerah Cirebon adalah pepes dage. Saat ini warung pepes dage mengalami penurunan penjualan karena adanya pandemi Covid-19. Karena banyak permintaan untuk mengirimkan pepes dage ini keluar kota maka pemilik ingin berinovasi untuk menjual pepes dage secara *online*. Namun pemilik takut produk yang dikirim rusak di perjalanan. Guna mendukung inovasi pemilik untuk memasarkan pepes dage ini secara *online*, maka diperlukan untuk membuat kemasan baru yang dapat digunakan untuk memenuhi permintaan pelanggan dari luar kota sekaligus juga menarik konsumen baru yang belum pernah mencicipi makanan ini.

Perancangan kemasan pada penelitian ini dilakukan dengan metode *User Centered Design* (UCD). Langkah perancangan menggunakan metode UCD yaitu *research users* dilakukan dengan metode wawancara terhadap pelanggan dan calon pelanggan. Setelah mendapatkan identifikasi kebutuhan pelanggan dan calon pelanggan selanjutnya yaitu proses *assess the situation* dilakukan dengan menganalisis situasi terkait produk untuk mengetahui faktor yang akan mempengaruhi produk. *Balance needs* mempertimbangan fitur pada desain kemasan. *Build an operative Image* atau pembuatan prototipe berguna untuk memperhatikan tampak visual. Pada proses ini rancangan alternatif kemasan dilakukan dengan metode *design workshop* yang dilakukan oleh 3 orang *designer* yang telah memenuhi kriteria. Dari penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil 3 alternatif kemasan untuk pepes dage. Ketiga alternatif kemasan memiliki keunggulan masing-masing pada setiap atribut sehingga *design* kemasan final didapatkan dengan mengkombinasikan konsep seluruh alternatif kemasan yang ada. Langkah terakhir yakni *Test the product* pada tahap ini hasil rancangan dievaluasi secara fungsional, estetika, pemenuhan kebutuhan pengguna dan *usability testing*.

Desain kemasan final untuk produk pepes dage adalah daun pisang sebagai kemasan primer, plastik *vacuum* sebagai kemasan sekunder, dan *thinwall* yang dibalut dengan *paper belt* sebagai kemasan tersier. Prototipe kemasan baik secara fungsional dan estetika. Evaluasi dilanjutkan dengan menggunakan metode pengujian *usability*. Pengujian pertama menggunakan *task scenario* untuk menguji efektivitas kemasan dan kuesioner SUS untuk menguji *learnability*, *satisfaction*, dan *usefulness*. Hasil evaluasi dari 10 orang responden didapatkan nilai 82.5% untuk *task scenario* dan rata-rata skor 82.25 untuk kuesioner SUS sehingga kemasan dinilai *usable*, *learnable*, *satisfaction*, *useful*.

## **ABSTRACT**

*Cirebon city has a tourist attraction in the form of traditional culinary. Packaging is the first assessment when a potential buyer buys a food product. One of the traditional foods in the Cirebon area is Pepes Dage. Currently, Pepes Dage stalls are experiencing a decline in sales due to the Covid-19 pandemic. Because there are many requests to send this Pepes Dage out of town, the owner wants to innovate to sell Pepes Dage online. However, the owner is afraid that the product sent will be damaged in transit. In order to support the owner's innovation to market this Pepes Dage online, it is necessary to create new packaging that can be used to meet customer demands from outside the city while also attracting new consumers who have never tasted this food.*

*The packaging design in this study was carried out using the User Centered Design (UCD) method. The design step using the UCD method, namely research users is carried out by interviewing customers and prospective customers. After identifying the needs of customers and prospective customers, the next process is assessing the situation, which is done by analyzing the situation related to the product to find out the factors that will affect the product. Balance needs consider features in the packaging design. Build an operative Image or prototyping is useful for paying attention to the visual appearance. In this process, the alternative packaging design is carried out using a design workshop method conducted by 3 designers who have met the criteria. From the research that has been done, it is found that there are 3 alternative packaging for Pepes Dage. The three packaging alternatives have their respective advantages in each attribute so that the final packaging design is obtained by combining the concepts of all existing packaging alternatives. The last step is Test the product at this stage the design results are evaluated functionally, aesthetically, meeting user needs and usability testing.*

*The final packaging design for Pepes Dage products is banana leaf as primary packaging, vacuum plastic as secondary packaging, and thinwall wrapped with paper belt as tertiary packaging. Packaging prototypes are both functional and aesthetic. Evaluation is continued by using usability testing method. The first test used a task scenario to test the effectiveness of the packaging and the SUS questionnaire to test learnability, satisfaction, and usefulness. The results of the evaluation of 10 respondents obtained a score of 82.5% for the task scenario and an average score of 82.25 for the SUS questionnaire so that the packaging was considered usable, learnable, satisfaction, useful.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, karunia serta penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Perancangan Kemasan Makanan Tradisional “Pepes Dage” Untuk Penjualan Secara Online Menggunakan Metode *User Centered Design*” yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam penulisan laporan ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang membantu menyelesaikan proses skripsi yaitu:

1. Orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi selama pembuatan skripsi.
2. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi selama pembuatan skripsi
3. Bapak Yansen Theopilus, S.T, M.T. selaku pembimbing yang mendampingi dan memberi arahan dalam pembuatan laporan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri yang memberikan arahan teknis dalam pembuatan dan penyampaian laporan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Tania Juliana selaku anggota tim *designer* yang membantu merancang konsep desain kemasan sehingga laporan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Anastasia Eveline Kirana selaku anggota tim *designer* yang membantu merancang konsep desain kemasan sehingga laporan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
7. Warung Pepes Dage yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar akan pengetahuan baru dan melaksanakan penelitian skripsi.

8. Teman-teman yang telah mendukung dan memberi masukan kepada penulis selama berlangsungnya skripsi dan dalam penyusunan laporan.
9. Responden yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi masukan dalam penelitian ini
10. Pihak-pihak lainnya yang mungkin terlewatkan dan tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan laporan skripsi ini. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca laporan skripsi ini agar dapat menjadi lebih baik di masa yang akan datang.

Cirebon, 11 Agustus 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>I-1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah .....	I-1
I.2 Identifikasi Masalah .....	I-4
I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian .....	I-14
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-15
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-15
I.6 Metodologi Penelitian .....	I-16
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-23
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>II-1</b>
II.1 Pengertian Kemasan .....	II-1
II.2 Kriteria Rancangan Kemasan.....	II-2
II.3 Jenis Kemasan .....	II-3
II.4 Fungsi Kemasan .....	II-4
II.5 Rancangan Kemasan .....	II-5
II.6 <i>User Centered Design</i> .....	II-8
II.7 <i>Usability</i> .....	II-12
<b>BAB III PENGUMPULAN DATA DAN PERANCANGAN KEMASAN</b> .....	<b>III-1</b>
III.1 Pengumpulan Data .....	III-1
III.1.1 Rencana Pengumpulan Data .....	III-1
III.1.2 Identifikasi Kebutuhan Pengguna .....	III-4
III.2 Memahami Situasi Terkait Produk.....	III-22
III.3 Perancangan Alternatif Kemasan.....	III-34
III.3.1 Rencana Pengembangan Alternatif Kemasan.....	III-34
III.3.2 Persona .....	III-44

III.3.3	Pengembangan Alternatif Kemasan.....	III-46
III.3.4	Pemilihan Alternatif Kemasan.....	III-51
III.3.5	Pembuatan Prototipe Kemasan.....	III-57
III.4	Evaluasi Prototipe Kemasan.....	III-58
III.4.1	Rencana Evaluasi Usulan Prototipe Kemasan .....	III-58
III.4.2	Hasil Evaluasi Usulan Prototipe Kemasan .....	III-61
III.4.2	Usulan Perbaiki Prototipe Kemasan.....	III-66
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS.....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1	Analisis Identifikasi Kebutuhan Pengguna.....	IV-1
IV.2	Analisis Situasi Terkait Produk .....	IV-3
IV.3	Analisis Perancangan Alternatif Kemasan.....	IV-5
IV.4	Analisis Hasil Prototipe Kemasan .....	IV-6
IV.5	Analisis Evaluasi Prototipe Kemasan .....	IV-7
IV.4	Analisis Usulan Perbaiki Prototipe.....	IV-9
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>V-1</b>
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-2
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Ringkasan Tanggapan dari Pemilik dan Pelanggan Luar Kota .....	I-5
Tabel I.2 Ringkasan Wawancara Calon Pelanggan Baru.....	I-11
Tabel I.3 Penjabaran Setiap Metode .....	I-12
Tabel III.1 Poin dan Tujuan wawancara .....	III-2
Tabel III.2 Poin dan Tujuan Wawancara Calon Pelanggan Potensial .....	III-3
Tabel III.3 Kelompok Kendala dalam Membawa Produk .....	III-5
Tabel III.4 Data Solusi dari Kendala dalam Membawa Produk.....	III-6
Tabel III.5 Data Atribut Kemasan yang Diusulkan Oleh Pelanggan .....	III-9
Tabel III.7 Data Fokus Utama Ketika Membeli Makanan Secara <i>Online</i> .....	16
Tabel III.8 Data Kuantitas pembelian makanan secara <i>online</i> .....	III-17
Tabel III.9 Data Produk dan Kemasan Produk yang Digunakan .....	III-18
Tabel III.10 Data Atribut Kemasan Menurut Responden .....	III-19
Tabel III.11 Rencana Kegiatan <i>Design Workshop</i> .....	III-35
Tabel III.12 Penilaian Desain Kemasan Pertama .....	III-52
Tabel III.13 Penilaian Desain Kemasan Kedua.....	III-53
Tabel III.14 Penilaian Desain Kemasan Ketiga .....	III-54
Tabel III.15 Rincian Harga Modal Kemasan.....	III-58
Tabel III.16 Hasil Evaluasi Fungsional .....	III-62
Tabel III.17 Hasil Evaluasi Estetika Calon Pelanggan .....	III-63
Tabel III.18 Evaluasi Pemenuhan Kebutuhan Pengguna .....	III-64
Tabel III.19 Hasil Uji Coba Task Scenario.....	III-65
Tabel III.20 Hasil Penilaian Kuesioner SUS .....	III-66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Pepes Dage .....	I-2
Gambar I.2 Kemasan Primer dan Sekunder Pepes Dage Saat Ini.....	I-3
Gambar I.3 Hasil Keadaan Pepes Dage Setelah Percobaan Sederhana .....	I-7
Gambar I.4 Kemasan Pepes Bandeng Presto Pringsewu .....	I-9
Gambar I.5 Kemasan Kemasan Pepes Jamur Merang Nitip Aja.....	I-9
Gambar I.6 Pepes Tahu Oncom by Amaya Kitchen .....	I-10
Gambar I.7 Metodologi Penelitian .....	I-22
Gambar III.1 Grafik Tempat Tujuan Membawa Pepes Dage.....	III-5
Gambar III.2 Grafik Keinginan Pelanggan Membeli Secara <i>Online</i> .....	III-7
Gambar III.3 Grafik Ketersediaan Pelanggan dalam Menambah Biaya .....	III-7
Gambar III.4 Grafik Data Kemasan yang Dirasa Cocok untuk Pepes Dage .....	III-8
Gambar III.5 Grafik Kuantitas Pembelian Pepes Dage.....	III-10
Gambar III.6 Grafik Tujuan Pelanggan Membeli Pepes Dage.....	III-11
Gambar III.7 Grafik Pelanggan yang Memiliki Kontak Warung Pepes Dage ..	III-11
Gambar III.8 Grafik Kebiasaan Pelanggan Membaca Informasi Kemasan .....	III-12
Gambar III.9 Kartu Nama Warung Pepes Dage.....	III-13
Gambar III.10 Grafik Kata Kunci Pelanggan .....	III-14
Gambar III.11 Grafik Tujuan Utama Membeli Makanan Secara <i>Online</i> .....	III-16
Gambar III.12 Data Kebiasaan Responden Membaca Informasi Kemasan.....	III-20
Gambar III.13 <i>Sequence Model</i> Kemasan Pepes Dage .....	III-24
Gambar III.14 <i>Thinwall</i> .....	III-29
Gambar III.15 Plastik Kresek .....	III-30
Gambar III.16 Plastik <i>Vacuum</i> Jenis <i>Roll</i> .....	III-30
Gambar III.17 Plastik <i>Vacuum</i> Jenis <i>Bag</i> .....	III-31
Gambar III.18 Kotak Kemasan Makanan .....	III-32
Gambar III.19 Kardus.....	III-32
Gambar III.20 Besek Bambu .....	III-33
Gambar III.21 Identitas Kartu Nama Warung Pepes Dage.....	III-36
Gambar III.22 Pepes Dage .....	III-36
Gambar III.23 Bahan Kemasan .....	III-38

Gambar III.24 Gambar Produk Pepes Dage.....	III-40
Gambar III.25 Logo Warung Pepes Dage.....	III-43
Gambar III.26 Persona Ami.....	III-45
Gambar III.27 Persona Bayu.....	III-45
Gambar III.28 Desain Kemasan Pertama .....	III-47
Gambar III.29 <i>Mockup</i> Desain Kemasan Pertama .....	III-47
Gambar III.30 Desain Kemasan Kedua .....	III-48
Gambar III.31 <i>Mockup</i> Desain Kemasan Kedua .....	III-49
Gambar III.32 Desain Kemasan Ketiga .....	III-50
Gambar III.33 <i>Mockup</i> Desain Kemasan Ketiga.....	III-51
Gambar III.34 Data Rata-Rata Penilaian Desain Kemasan .....	III-55
Gambar III.35 Desain Kemasan Final.....	III-56
Gambar III.36 <i>Mockup</i> desain Kemasan Final.....	III-57
Gambar III.37 Hasil Prototipe Usulan Kemasan .....	III-57
Gambar III.38 Plastik Vacuum Model <i>V Cut</i> .....	III-67
Gambar III.39 Desain Kemasan Usulan .....	III-68

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A LEMBAR SUS .....A-1



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Bab Pendahuluan membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Bagian ini akan menguraikan masalah dan kondisi-kondisi yang ada pada objek penelitian yang akan dilakukan.

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman budaya. Dengan keunggulan demografis yang dimiliki Indonesia saat ini maka Indonesia memiliki potensi-potensi wisata yang sangat menjanjikan. Cirebon merupakan suatu daerah yang terletak di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Cirebon banyak dijadikan tujuan wisata karena unsur budaya yang masih kental. Dengan slogan pariwisata "*The Gate of Secret*" menjadikan Cirebon sebagai salah satu tujuan wisata di Provinsi Jawa Barat. Cirebon memiliki berbagai tujuan objek wisata diantaranya wisata religi, wisata sejarah, wisata kesenian, dan wisata kuliner. Daya tarik dari wisata kuliner di Cirebon adalah makanan tradisionalnya. Makanan tradisional merupakan bagian dari bentuk budaya turun temurun yang otentik. Menurut Astawan (2013), makanan tradisional adalah makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat lokal yang dibuat dari bahan-bahan lokal yang diturunkan secara turun temurun mencakup makanan lengkap, camilan, dan minuman.

Dalam melakukan pembelian terhadap produk makanan yang ada di wilayah tertentu, calon pembeli akan melihat kemasan sebagai penilaian pertama, sehingga kemasan menjadi poin penting dalam penjualan suatu produk. Sebagian besar penjual makanan tradisional yang ada, cenderung menggunakan bahan-bahan alami untuk kemasan produknya. Bahan-bahan alami yang sering digunakan untuk menjadi kemasan makanan tradisional adalah daun pisang untuk pepesan khas Cirebon, daun jati untuk nasi jamblang khas Cirebon, daun jagung untuk lepet khas daerah Kuningan, Cirebon, daun

jambu untuk tape ketan bakung khas Cirebon, dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk menjaga kesan budaya yang terkandung didalam makanan tersebut. Kemasan khas yang digunakan untuk membungkus makanan tradisional dapat dijadikan juga sebagai identitas pembeda antara makanan tradisional dengan makanan modern. Penggunaan bahan alami sebagai pembungkus makanan tradisional juga disebabkan oleh makanan tradisional dibuat dengan selera masyarakat lokal sehingga kemasan untuk membungkus makanan ini juga menggunakan bahan yang banyak ada pada daerah tersebut. Karena dahulu makanan tradisional ini hanya dikonsumsi oleh orang lokal saja sehingga banyak kemasan makanan tradisional yang digunakan tidak mempertimbangkan fungsi kemasan untuk melindungi makanan dari kerusakan fisik akibat penanganan transportasi.

Salah satu makanan tradisional yang ada di daerah Cirebon adalah pepes dage. Pepes dage merupakan produk olahan dage yang dibungkus dengan daun pisang lalu dibakar. Pepes dage dapat dilihat pada Gambar I.1. Dage merupakan hasil fermentasi dari ampas kedelai dan bungkil kacang tanah menggunakan jamur kapang.



Gambar I.1 Pepes Dage

Warung yang menjual pepes dage ini berada di area pedagang kaki lima Pasar Kanoman, Cirebon yang dekat dengan destinasi wisata Keraton Kanoman. Warung pepes dage ini sudah menjual makanan ini sejak 1980 dan sekarang sudah masuk generasi ke-3. Peminat dari pepes dage ini beragam namun didominasi oleh kalangan urbanisasi yang rindu akan makanan masa kecilnya.

Menurut pemilik, pelanggan menyukai makanan ini karena rasanya yang otentik tidak terdapat di tempat lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, sebelum adanya pandemi yang melarang orang untuk berpergian ke luar kota, warung pepes dage ini dapat menjual  $\pm 500$  bungkus pepes pada hari kerja dan  $\pm 1000$  bungkus pepes pada hari libur. Namun karena adanya pandemi Covid-19 ini, penjualan pepes dage menurun menjadi  $\pm 300$  bungkus pepes saja per harinya. Penurunan ini diduga karena pelanggan dari luar kota tidak dapat berlibur ke kota Cirebon akibat dari pandemi Covid-19 ini. Saat ini banyak permintaan dari pelanggan untuk mengirimkan pepes dage ini ke kotanya. Dengan adanya permintaan untuk mengirimkan pepes dage ini keluar kota maka pemilik memiliki inisiatif untuk melakukan inovasi dengan menjual pepes dage ini secara *online* sehingga pembeli dari luar kota dapat menjangkau makanan ini dengan mudah. Namun pemilik takut makanan yang dikirimkan rusak di perjalanan. Saat ini pepes dage dikemas dengan menggunakan daun pisang sebagai kemasan primer dan kantong kresek sebagai kemasan sekunder. Kemasan pepes dage saat ini dapat dilihat pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2 Kemasan Primer dan Sekunder Pepes Dage Saat Ini

Guna mendukung inovasi pemilik untuk memasarkan pepes dage ini secara *online* karena melihat banyaknya permintaan dari pelanggan luar kota, pemilik ingin berupaya untuk membuat kemasan baru yang dapat digunakan untuk memenuhi permintaan pelanggan dari luar kota sekaligus juga menarik konsumen baru yang belum pernah mencicipi makanan ini. Dengan menjual makanan ini secara *online* maka desain kemasan menjadi hal yang penting

karena aspek visual merupakan bagian pertama yang dinilai oleh konsumen. Kendala dari menjual makanan ini secara *online* juga timbul dari estimasi lama pengiriman dan memiliki risiko fisik yang dapat terjadi selama perjalanan seperti tertekan, terguncang, dan lain-lain. Karena kendala ini, pemilik tidak dapat menggunakan kemasan yang ada saat ini. Oleh sebab itu, Agar pemilik dapat menjual pepes dage secara *online* maka warung pepes dage dirasa perlu untuk merancang kemasan yang menarik, dapat mempertahankan kondisi makanan di suhu ruang dan tahan akan risiko fisik seperti tertekan, terguncang dan lain-lain agar sampai ke tangan pelanggan dengan baik.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah berdasarkan latar belakang di atas menjelaskan permasalahan dimana warung pepes dage ingin merancang kemasan untuk menunjang kebutuhan penjualan pepes dage secara *online*. Rancangan pada penelitian ini akan berfokus pada sisi estetika kemasan untuk menunjang penjualan secara online dan dapat mempertahankan kondisi makanan dari risiko fisik pada saat pengiriman. Menurut Klimchuk dan Krasovec (2006), kemasan adalah alat yang dapat digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan suatu produk. Penelitian awal dilakukan untuk mengetahui pendapat pelanggan mengenai kondisi pepes dage menggunakan kemasan saat ini yang dapat dilihat pada Gambar I.2. Penelitian awal ini dilakukan dengan wawancara tidak terstruktur terhadap pemilik dan pelanggan luar kota warung pepes dage untuk mengetahui pendapat pemilik dan pelanggan luar kota terhadap kemasan saat ini. Penelitian wawancara dipilih karena dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan dari pemilik dan pelanggan baik berupa keinginan dan kebutuhan nyata maupun yang terpendam. Keinginan dan kebutuhan ini nantinya dapat menjadikan dasar untuk melakukan perancangan yang sesuai dengan keinginan pemilik dan pelanggan luar kota. Metode wawancara yang digunakan tidak terstruktur karena situasi waktu dan kondisi yang tidak memungkinkan terjadi wawancara secara terstruktur untuk masing-masing pelanggan yang membeli pepes dage ini. Hasil dari wawancara ini juga dapat menjadi data pendukung mengapa kemasan saat ini kurang layak untuk dipakai sebagai kemasan pepes dage yang akan dijual secara *online* yang akan dikirimkan ke luar kota. Dikarenakan terdapat dua

segmen pelanggan yang berbeda yaitu pelanggan luar kota dan dalam kota maka pertanyaan dimulai dengan tujuan mengetahui kemana pepes dage ini akan dibawa. Lalu dilanjutkan dengan pertanyaan mengenai pendapat akan kondisi pepes dage yang telah dibeli dengan menggunakan kemasan saat ini sesuai dengan pengalaman yang telah dirasakan. Pertanyaan utama yang diajukan kepada pemilik dan pelanggan luar kota warung pepes dage ini yaitu berdasarkan pengalaman saat ini apa tanggapan Anda terhadap kemasan pepes dage saat ini yang dibungkus menggunakan kantong kresek?

Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap pemilik dan 32 orang pelanggan yang menyatakan akan membawa pepes dage ini ke luar kota, terdapat 16 pelanggan menyatakan akan membawa makanan ini ke Bandung, 12 pelanggan menyatakan akan membawa makanan ini ke Jakarta, 2 pelanggan menyatakan akan membawa makanan ini ke Kuningan, 1 pelanggan menyatakan akan membawa makanan ini ke Bali dan 1 pelanggan menyatakan akan membawa makanan ini ke Pekalongan. Hasil ringkasan pendapat dari pemilik dan pelanggan luar kota dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Ringkasan Tanggapan dari Pemilik dan Pelanggan Luar Kota

Sumber	Tanggapan
Pemilik	1. Kemasan kantong kresek umum digunakan untuk membungkus makanan
	2. Kemasan kantong kresek mudah dibeli di pasar
	3. Kemasan kantong kresek awet dan mudah untuk disimpan
	4. Harga kemasan kantong kresek murah
	5. Dengan menggunakan kantong kresek untuk membungkus pepes dage, pepes dage akan mengeluarkan air karena tidak terdapat lubang untuk uap udara
	6. Kemasan kantong kresek kurang menarik untuk dijadikan oleh-oleh
Pelanggan luar kota	1. Kantong kresek tidak dapat melindungi pepes dage sehingga daun pembungkus pembungkus pepes dage rusak

lanjut

Tabel I.1 Ringkasan Tanggapan dari Pemilik dan Pelanggan Luar Kota (Lanjutan)

Sumber	Tanggapan
Pelanggan luar kota	2. Kemasan kantong kresek ringkas sehingga mudah dibawa
	3. Kemasan kantong kresek umum digunakan untuk membungkus makanan
	4. Kemasan kantong kresek praktis untuk digunakan
	5. Dengan menggunakan kantong kresek untuk membungkus pepes dage, pepes dage akan mengeluarkan air karena tidak terdapat lubang untuk uap udara
	6. Jika kantong kresek tidak diikat maka akan menimbulkan bau saat disimpan dalam mobil
	7. Dengan menggunakan kantong kresek pepes dage bagian bawah tertekan jadi bentuk pepes dage gepeng
	8. Jika kantong kresek diikat maka pepes dage mengeluarkan air embun dalam kemasan
	9. Kantong kresek tidak dapat mempertahankan posisi pepes dage sehingga saat sampai di tujuan posisi pepes dage berantakan
	10. Kemasan kantong kresek tidak ramah lingkungan
	11. Pepes dage dibungkus daun sehingga tidak mengetahui isi pepes dage
	12. Kemasan dengan menggunakan kantong kresek kurang menarik
	13. Kemasan kantong kresek tidak layak untuk dijadikan oleh-oleh
	14. Kemasan kantong kresek terkadang sobek terkena biting/lidi
	15. Kemasan kantong kresek tembus pandang sehingga mudah untuk mengetahui isi didalam kantong kresek tersebut.
	16. Kemasan kantong kresek memiliki lubang jinjing sehingga mudah untuk dibawa

Dari Tabel I.1 dapat dilihat bahwa banyak kendala yang terjadi jika membawa makanan ini untuk jarak jauh dengan menggunakan kemasan yang

ada saat ini. Kondisi produk dengan kemasan saat ini dapat dikatakan tidak memadai untuk dibawa ke luar kota dan dianggap kurang menarik. Sebagai tambahan data untuk menyakinkan bahwa kerusakan fisik seperti daun pembungkus pepes dage rusak karena menggunakan kemasan kantong kresek, pepes dage mengeluarkan uap air karena menggunakan kemasan kantong kresek yang diikat, pepes dage tertekan hingga gepeng karena memakai kemasan kantong kresek, kemasan kantong kresek tidak dapat menyerap air yang dikeluarkan pepes dage, dan kondisi pepes dage berantakan seperti yang dinyatakan oleh beberapa pelanggan benar terjadi, maka dilakukan serangkaian percobaan sederhana. Percobaan sederhana dilakukan dengan membawa pepes dage ini selama kurang lebih 8 jam dengan menggunakan kemasan yang ada saat ini. Dari percobaan sederhana yang dilakukan didapatkan hasil bahwa kerusakan fisik benar terjadi jika handling barang tidak dilakukan secara khusus. Keadaan pepes dage setelah dilakukan percobaan sederhana dapat dilihat pada Gambar I.3.



Gambar I.3 Hasil Keadaan Pepes Dage Setelah Percobaan Sederhana

Dari hasil wawancara dan percobaan sederhana yang telah dilakukan maka kerusakan fisik dapat dikonfirmasi benar terjadi. Melalui hasil wawancara dan percobaan sederhana yang telah dilakukan maka penelitian mengenai perancangan kemasan ini perlu dilakukan. Perancangan kemasan dapat meliputi

bahan yang akan digunakan untuk mengemas pepes dage, teknik pengemasan yang sesuai, dimensi kemasan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, dan desain kemasan yang tepat untuk digunakan. Bahan yang digunakan akan mempengaruhi ketahanan fisik produk yang dikirimkan, teknik pengemasan yang tepat dapat menambah ketahanan produk di suhu ruang, dimensi kemasan yang sesuai dengan kebutuhan dapat mencegah guncangan dan menampung jumlah barang yang dibeli pelanggan, desain kemasan yang tepat dapat menjadikan kesan pertama sampai menjadi lebih menarik. Dikarenakan produk pepes dage ini akan dipasarkan secara online maka aspek desain kemasan dari segi estetika menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Desain kemasan yang menarik akan menjadi daya tarik bagi pelanggan baru yang belum pernah mengenal pepes dage ini.

Dalam upaya mengetahui kemasan yang digunakan oleh kompetitor atau usaha sejenis yang telah menjual produk serupa secara online maka dilakukan proses *benchmarking*. Proses *benchmarking* dilakukan dengan melakukan observasi terhadap beberapa toko *online* yang menjual berbagai macam pepesan. Dari hasil observasi didapatkan beberapa produk yang dijual yaitu Pepes Bandeng Presto Pringsewu, Pepes Jamur Merang Nitip Aja, Pepes Tahu Oncom by Amaya Kitchen. Terdapat tiga usaha sejenis yang menjual produknya secara *online* pada salah satu e-commerce yang ada di Indonesia. Produk pertama yakni Pepes Bandeng Presto Pringsewu. Pepes Bandeng Presto Pringsewu merupakan olahan ikan bandeng yang telah dipresto lalu dibungkus menggunakan daun pisang. Pepes Bandeng Presto Pringsewu ini memiliki kemasan primer berupa daun pisang, lalu dikemas kembali menggunakan kemasan sekunder yang berupa plastik *vacuum* nylon, dan terakhir dikemas dengan kemasan tersier berupa kemasan kotak yang berbahan kertas duplex dengan mekanisme buka tutup kait pada kedua sisi kotak tersebut. Kemasan Pepes Bandeng Presto Pringsewu memiliki gambar utama ikan bandeng dan isi pepes didalamnya. Konten lain pada kemasan Pepes Bandeng Presto Pringsewu terdapat logo produk, logo halal, komposisi pada tampak depan lalu terdapat informasi cabang restoran dan sosial media pada tampak belakang. Pepes Bandeng Presto Pringsewu berisikan satu ikan utuh yang dipasarkan dengan harga Rp 75,000 – Rp 85,000 per porsinya. Desain kemasan Pepes Bandeng Presto Pringsewu dapat dilihat pada Gambar I.4.



Gambar I.4 Kemasan Pepes Bandeng Presto Pringsewu  
(Sumber: Diunduh dari <https://www.tokopedia.com/>)

Produk kedua yakni Pepes Jamur Merang Nitip Aja. Pepes Jamur Merang Nitip Aja merupakan olahan jamur merang yang dibungkus menggunakan daun pisang. Pepes Jamur Merang Nitip Aja ini memiliki kemasan primer berupa daun pisang, lalu dikemas kembali menggunakan kemasan sekunder yang berupa plastik *vacuum* nylon. Kemasan Pepes Jamur Merang Nitip Aja memiliki gambar utama logo Nitip Aja dan tulisan “Pepes Merang”. Pepes Jamur Merang Nitip Aja berisikan satu bungkus pepes yang dipasarkan dengan harga Rp 10,125 per porsinya. Desain kemasan Pepes Jamur Merang Nitip Aja dapat dilihat pada Gambar I.5.



Gambar I.5 Kemasan Kemasan Pepes Jamur Merang Nitip Aja  
(Sumber: Diunduh dari <https://www.tokopedia.com/>)

Produk ketiga yakni Pepes Tahu Oncom by Amaya Kitchen. Pepes Tahu Oncom by Amaya Kitchen merupakan olahan tahu oncom yang dibungkus menggunakan daun pisang. Pepes Tahu Oncom by Amaya Kitchen ini memiliki kemasan primer berupa daun pisang, lalu dikemas kembali menggunakan kemasan sekunder yang berupa plastik *vacuum* nylon. Pepes Tahu Oncom by Amaya Kitchen memiliki gambar logo Amaya Kitchen dan tulisan “Pepes Tahu Oncom”. Pepes Tahu Oncom by Amaya Kitchen berisikan tiga bungkus pepes yang dipasarkan dengan harga Rp 20,000. Desain kemasan Pepes Tahu Oncom by Amaya Kitchen dapat dilihat pada Gambar I.6.



Gambar I.6 Pepes Tahu Oncom by Amaya Kitchen  
(Sumber: Diunduh dari <https://www.tokopedia.com/>)

Dari ketiga produk sejenis yang didapatkan dari hasil observasi diketahui bahwa terdapat perbedaan antara tiga produk diatas dengan produk pada penelitian ini. Perbedaan pertama terdapat pada bahan pepes, dengan bahan pepes yang berbeda maka ukuran yang digunakan pada masing-masing kemasan juga berbeda. Perbedaan kedua terdapat pada teknik memasak, pada ketiga produk kompetitor pepes yang dijual tidak dibakar melainkan dikukus sehingga tidak terdapat bagian daun yang terbakar. Dengan adanya perbedaan tersebut maka perlu dilakukan penyesuaian kembali jika kemasan dari kompetitor diaplikasikan

pada rancangan untuk penelitian ini. Guna mengetahui desain kemasan yang dirasa menarik bagi calon pelanggan baru maka dilakukan wawancara terhadap responden yang berpotensi untuk membeli pepes secara *online*. Responden dipilih dengan kriteria usia lebih dari 17 tahun dan pernah berbelanja secara online melalui *e-commerce*. Pertanyaan dimulai dengan menanyakan usia responden. Lalu dilanjutkan dengan pertanyaan apakah pernah berbelanja secara online melalui *e-commerce* atau tidak. Selanjutnya wawancara dilakukan dengan mengajukan pilihan tiga produk kompetitor di atas dengan asumsi hanya melihat dari segi kemasan dan tidak mempertimbangkan isi produk. Hasil dari wawancara ini dapat menjadi data pendukung desain kemasan mana yang dianggap menarik bagi calon pelanggan baru. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap 18 responden dengan rentang usia 18 hingga 64 tahun didapatkan hasil ringkasan yang dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2 Ringkasan Wawancara Calon Pelanggan Baru

Pilihan	Frekuensi	Tanggapan
Kemasan Pepes Bandeng Pringsewu	15	Kemasan terlihat merepresentasikan isi produk
		Kemasan <i>eye-catching</i>
		Kemasan punya warna yang menarik
		Terdapat logo halal pada kemasan
		Terdapat komposisi
		Nama Pringsewu sudah terkenal
		Kemasan elegan
		Kemasan merepresentasikan produk rapi dan serius
		Informasi makanan jelas tertera pada kemasan
Kemasan Pepes Jamur Merang Nitip Aja	3	Bentuk Pepes terlihat sehingga menggugah selera
		Kemasan terlihat sederhana
		Masih punya kesan makanan tradisional
Kemasan Pepes Tahu Oncom by Amaya Kitchen	0	

Dari Tabel I.2 diketahui bahwa sebagian besar responden akan memilih Pepes Bandeng Pringsewu. Pepes Bandeng Pringsewu dianggap memiliki kemasan yang menarik sehingga menimbulkan keyakinan untuk membeli produk tersebut. Sehingga rancangan kemasan pepes dage dirasa perlu untuk memperhatikan sisi estetika yang menarik. Dengan kemasan yang menarik diharapkan dapat

menambah pelanggan baru melalui penjualan di toko *online*. Berdasarkan wawancara awal terhadap pemilik, pelanggan luar kota dan calon pelanggan baru maka kemasan yang akan dirancang memerlukan tampilan yang menarik untuk beli dan dapat mempertahankan kondisi makanan dari risiko fisik pada saat pengiriman sehingga dapat sampai ditangan konsumen dengan baik. Dalam melakukan penelitian ini terdapat berbagai metode yang dapat digunakan untuk merancang kemasan yang dapat memicu minat beli konsumen dan menimbulkan kepuasan dalam membeli produk. Setiap metode memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing. Penjabaran untuk setiap metode dapat dilihat pada Tabel I.3.

Tabel I.3 Penjabaran Setiap Metode

<b>Metode</b>	<b>Penjelasan</b>	<b>Referensi</b>
<i>Quality Function Deployment</i>	Metode yang dapat digunakan untuk mengubah kebutuhan dan keinginan konsumen ke dalam rancangan produk, namun metode ini memiliki persyaratan teknik dan karakteristik kualitas.	Akao (1994)
<i>Kansei Engineering</i>	Metode kansei merupakan metode yang dapat menggabungkan antara emosi dan perasaan dengan rancangan produk, sehingga dihasilkan desain produk yang sesuai dengan emosi konsumen.	Nagamachi dan Lokman (2011)
<i>Geneva Emotion Wheel</i>	Metode yang digunakan untuk mengetahui respon emosional konsumen terhadap suatu produk.	Saccharin, V., Schlegel, K., dan Scherer, K. R. (2012).

lanjut

Tabel I.3 Penjabaran Setiap Metode (Lanjutan)

Metode	Penjelasan	Referensi
<i>PrEmo</i>	Metode yang digunakan untuk mengukur emosi yang dikeluarkan dari penampilan sebuah produk.	Desmet (2002)
<i>Participatory Design</i>	<i>Participatory design</i> adalah sebuah metode untuk menginvestigasi, mengerti, mengembangkan, dan membantu keinginan dari konsumen dalam mengembangkan sebuah produk.	Robertson dan Simonsen (2012)
<i>Design Thinking</i>	<i>Design thinking</i> merupakan sebuah disiplin yang menggunakan sensibilitas desainer dan metode untuk mencocokkan kebutuhan masyarakat dengan apa yang secara teknologi layak dan apa yang layak menurut strategi bisnis dapat diubah menjadi nilai pelanggan dan peluang pasar	Brown (2013)
<i>User Centered Design</i>	<i>User centered design</i> merupakan proses perancangan yang menjadikan pengguna produk atau konsumen sebagai fokus utama dengan tujuan memperoleh hasil rancangan dapat memenuhi kebutuhan penggunanya	Wimantika (2018)

Berdasarkan penjelasan dari setiap metode yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian mengenai perancangan kemasan pada Tabel I.3 dapat diketahui bahwa metode *User Centered Design* cocok digunakan dalam penelitian ini. Dengan metode *User Centered Design*, proses perancangan kemasan pepes dage akan mengikuti preferensi dari pelanggan atau calon pelanggan, sehingga kemasan yang dirancang diharapkan dapat memenuhi keinginan dari pelanggan atau calon pelanggan. Dengan kemasan yang memiliki preferensi sesuai dengan keinginan pelanggan maka diharapkan kemasan yang dirancang dapat memenuhi sebagian besar pelanggan dan calon pelanggan dan dapat meningkatkan minat beli ketika melihat kemasan pepes dage ini. Selain metode *User Centered Design* pada Tabel I.3 dijelaskan juga mengenai metode lain yang dapat digunakan untuk melakukan perancangan kemasan. Metode

*Quality Function Deployment* dapat digunakan untuk mengubah kebutuhan dan keinginan konsumen ke dalam rancangan kemasan, namun metode ini lebih cocok digunakan untuk melakukan perancangan terhadap produk teknik. Metode *Kansei Engineering*, *Geneva Emotion Wheel*, dan *PrEmo* merupakan metode yang dapat mengubah emosi konsumen untuk dijadikan sebagai dasar rancangan. Metode ini kurang sesuai untuk diterapkan karena setiap pelanggan memiliki emosi yang berbeda sehingga sulit untuk mengubah berbagai macam emosi menjadi rancangan kemasan baru. Metode *Participatory Design* merupakan metode yang mirip dengan *User Centered Design*, namun metode ini memerlukan konsumen untuk masuk menjadi tim desain. Hal ini tidak memungkinkan untuk dilakukan karena sulit untuk memasukkan konsumen menjadi tim desain karena latar belakang dan keahlian. Metode lainnya adalah *Design Thinking*, metode ini menggunakan sensitivitas kreatif dari desainer dalam mengembangkan rancangan produk. Metode ini kurang efisien karena tidak dapat langsung menghasilkan rancangan yang akan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, berikut merupakan rumusan masalah yang dijadikan sebagai objek penelitian:

1. Apa saja kebutuhan pengguna terkait desain kemasan pada produk makanan tradisional pepes dage?
2. Bagaimana hasil rancangan kemasan untuk produk makanan tradisional pepes dage untuk keperluan transportasi dan estetika untuk menunjang penjualan secara *online*?
3. Bagaimana hasil evaluasi desain kemasan untuk produk makanan tradisional pepes dage?

### **I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Pada penelitian ini diperlukan batasan dan asumsi penelitian untuk membatasi permasalahan tetap dalam lingkup penelitian. Pembatasan masalah diperlukan agar penelitian yang dilakukan dapat lebih fokus untuk mencapai tujuan penelitian. Berikut merupakan batasan masalah yang digunakan pada penelitian ini.

1. Kemasan yang digunakan merupakan bahan kemasan yang dapat dijangkau oleh pemilik dari segi harga dan kesediaan bahan.

2. Kemasan primer ditentukan menggunakan daun pisang sesuai keinginan pemilik untuk mempertahankan aspek tradisional kemasan.
3. *Prototype* rancangan kemasan dibuat hingga tahap *high fidelity prototype* dengan memperhatikan nilai estetika dan fungsional kemasan untuk kemasan sekunder dan atau kemasan tersier.

Adapun asumsi yang ditetapkan pada penelitian ini. Asumsi digunakan untuk mempermudah proses penelitian ini dilakukan. Berikut merupakan asumsi yang digunakan pada penelitian ini.

1. Tampilan kemasan pepes dage saat ini tidak berubah selama penelitian ini dilakukan.
2. Keadaan daun pisang selama proses pengolahan pepes dage dalam keadaan baik.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian perancangan desain kemasan pepes dage ini antara lain:

1. Mengidentifikasi kebutuhan pengguna terkait desain kemasan pada produk makanan tradisional pepes dage.
2. Merancang kemasan untuk makanan tradisional pepes dage untuk keperluan transportasi dan estetika untuk menunjang penjualan secara *online*.
3. Melakukan evaluasi dan analisis terhadap hasil rancangan kemasan.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dari proses perancangan desain kemasan pepes dage ini memberikan beberapa manfaat bagi penulis, pemilik usaha, dan pembaca. Berikut merupakan rincian manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian ini.

1. Manfaat bagi penulis

Manfaat yang didapatkan bagi penulis dalam penelitian proses perancangan desain kemasan pepes dage ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a. Penulis dapat mengetahui rangkaian proses dalam melakukan perancangan kemasan.

- b. Penulis dapat mengetahui kebutuhan desain yang mempengaruhi rancangan kemasan makanan tradisional pepes dage.
- c. Penulis mampu mengusulkan rancangan desain kemasan makanan tradisional pepes dage.
- d. Penulis mampu mengevaluasi usulan rancangan kemasan makanan tradisional pepes dage.

2. Manfaat bagi pemilik

Manfaat yang didapatkan oleh pemilik dalam penelitian proses perancangan desain kemasan pepes dage ini dipaparkan sebagai berikut:

- a. Pemilik mengetahui kebutuhan desain yang perlu dikembangkan dalam proses perancangan kemasan.
- b. Pemilik dapat menerapkan usulan kemasan yang telah diberikan sebagai kemasan pepes dage.

3. Manfaat bagi pembaca

Manfaat yang didapatkan oleh pembaca dalam penelitian proses perancangan desain kemasan pepes dage ini dipaparkan sebagai berikut:

- a. Pembaca dapat mengetahui proses yang dilakukan dalam merancang suatu kemasan produk.
- b. Pembaca dapat menambah wawasan dalam merancang kemasan.

## **I.6 Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian perancangan kemasan makanan tradisional pepes dage ini dilakukan dalam beberapa tahap. Tahapan pada metodologi penelitian ini dapat dilihat pada Gambar I.7. Setiap tahapan dalam metodologi penelitian ini dibutuhkan sebagai *guide line* dalam memecahkan permasalahan warung pepes dage ini. Berikut merupakan penjabaran untuk masing-masing tahapan.

1. Penentuan Topik Penelitian

Latar belakang yang disusun pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui informasi mengenai warung pepes dage sebagai objek penelitian. Latar belakang masalah pada penelitian ini meliputi informasi mengenai potensi demografi Indonesia, peran kemasan dalam meningkatkan minat beli produk, potensi kuliner di Cirebon, deskripsi warung pepes dage, deskripsi produk, hasil

wawancara dengan pemilik tentang kondisi bisnis saat ini, kemasan yang digunakan saat ini, dan lain sebagainya.

## 2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Identifikasi dan perumusan masalah pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang ada pada warung pepes dage sebagai objek penelitian. Pada tahap identifikasi masalah dilakukan metode wawancara tidak terstruktur untuk menggali informasi lebih detail mengenai masalah yang ada. Wawancara dilakukan terhadap subjek penelitian yakni pemilik dan pelanggan yang membawa makanan ini ke luar kota. Sehingga didapatkan hasil tanggapan terhadap kemasan yang digunakan. Guna melakukan validasi terhadap tanggapan yang disampaikan oleh subjek penelitian, maka dilakukan percobaan sederhana. Dari tanggapan yang telah tervalidasi maka didapatkan masalah sesungguhnya. Berdasarkan masalah yang ada, lalu dibuat rumusan masalah untuk menjawab permasalahan yang ada. Dilakukan juga observasi mengenai produk sejenis yang memiliki kemasan lebih baik sebagai tahap benchmark agar penelitian ini memiliki pandangan yang luas mengenai kemasan yang akan dirancang. Hasil observasi produk sejenis selanjutnya dijadikan sebagai tolak ukur untuk mengetahui kemasan seperti apa yang diinginkan oleh pengguna. Wawancara dilakukan terhadap calon pelanggan yang dianggap potensial untuk menanyakan preferensi kemasan yang diminati dengan menggunakan kemasan yang digunakan oleh kompetitor.

## 3. Studi Literatur

Studi literatur digunakan sebagai dasar untuk setiap tahap penelitian yang dilakukan pada penelitian ini. Informasi yang telah didapat dari studi literatur dapat menjadi acuan untuk mendapatkan solusi terhadap masalah yang ada. Studi literatur pada penelitian ini mengangkat teori mengenai penjelasan metode yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah, teori dasar terkait kemasan, dan faktor-faktor lain mengenai kemasan. Tidak semua teori yang ada sesuai dengan penelitian ini, oleh karena itu perlu adanya modifikasi dari teori yang ada agar sesuai dengan masalah yang diangkat.

## 4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mengetahui data yang ada di lapangan. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung dari objek dan subjek penelitian. Data yang

diambil yakni berupa data mengenai pengguna kemasan pepes dage dan data calon pelanggan potensial untuk warung pepes dage. Data mengenai pengguna diperoleh dengan melakukan wawancara terhadap pemilik dan target pengguna. Data mengenai pengguna dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Data Kebutuhan dan Keinginan Pengguna
- b. Data Pengalaman Pengguna
- c. Data Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna
- d. Data Usulan Pengguna
- e. Data Keluhan Pengguna

Dalam memperoleh data mengenai pengguna akan dilakukan proses wawancara terhadap pemilik, pelanggan, dan calon pelanggan yang menyatakan akan membawa makanan pepes dage ini ke luar kota. Pertanyaan yang diberikan untuk memperoleh data kebutuhan dan keinginan pelanggan akan berkaitan dengan kebutuhan atau dan keinginan yang diharapkan dari segi fungsi dan desain visual kemasan makanan tradisional pepes dage ini. Pertanyaan yang diberikan untuk memperoleh data pengalaman pelanggan akan berkaitan dengan pengalaman pelanggan dalam menggunakan kemasan saat ini yaitu kantong kresek untuk membawa makanan pepes dage ke luar kota. Pertanyaan yang diberikan untuk memperoleh data motivasi terhadap minat beli pelanggan akan berkaitan dengan menanyakan faktor apa yang membuat pelanggan tertarik untuk membeli suatu produk. Pertanyaan yang diberikan untuk memperoleh data usulan pelanggan akan menanyakan pendapat pelanggan mengenai kemasan yang baik untuk makanan pepes dage ini. Pertanyaan yang diberikan untuk memperoleh data keluhan pelanggan akan menanyakan keluhan dalam menggunakan suatu kemasan produk lain. Sedangkan data sekunder dikumpulkan secara tidak langsung dengan mengambil data yang sudah pernah dilakukan oleh pihak lain seperti data atribut kemasan dan ketersediaan bahan kemasan. Data yang telah didapatkan perlu disesuaikan dengan hasil studi literatur yang telah dilakukan sehingga relevan digunakan untuk memecahkan masalah.

#### 5. Memahami situasi terkait produk

Dalam upaya memahami situasi terkait produk dilakukan observasi di warung pepes dage secara berkala. Observasi yang dilakukan memiliki tujuan untuk menganalisis berbagai macam faktor yakni:

- a. Analisis mengenai fungsi produk
- b. Analisis mengenai lingkungan dimana produk digunakan
- c. Analisis mengenai bisnis produk
- d. Analisis mengenai kompetitor produk
- e. Analisis mengenai material
- f. Analisis mengenai konten produk

Memahami situasi produk tidak hanya bertujuan untuk mengetahui dimana produk akan digunakan tetapi juga mengetahui bagaimana situasi dalam merancang suatu produk sebelum produk tersebut dipasarkan. Analisis mengenai fungsi produk akan berkaitan dengan mengetahui fungsi produk. Dalam upaya menggali fungsi produk sesungguhnya maka dapat dilakukan wawancara dan survey untuk mengetahui pendapat pelanggan dalam *handling* pepes dage yang berkaitan dengan kemasan produk selama di perjalanan. Analisis lingkungan akan berkaitan dengan keadaan lingkungan sekitar dimana pepes dage akan disimpan yang berkaitan dengan kemasan produk. Analisis ini dapat dilakukan wawancara dan survey untuk mendapatkan informasi tambahan. Analisis mengenai bisnis produk dilakukan untuk mengetahui tujuan dari kemasan pepes dage ini dibuat, berapa budget yang disediakan untuk kemasan, sumber daya apa saja yang dibutuhkan, dan faktor lain yang mempengaruhi desain dari kemasan ini dibuat. Analisis mengenai bisnis produk akan dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap pemilik warung pepes dage. Analisis mengenai kompetitor produk dilakukan untuk mengetahui bagaimana kemasan yang digunakan oleh kompetitor sebagai tahap *benchmark* terhadap desain yang dirancang. Analisis material dilakukan untuk mengetahui apa material yang digunakan untuk rancangan kemasan yang dibuat, apa dampak yang ditimbulkan jika memakai material tertentu, ketersediaan material di sekitar warung pepes dage, dan material yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan. Analisis material dapat dilakukan dengan melakukan observasi lapangan dan melakukan wawancara terhadap pemilik dan pelanggan. Analisis konten dilakukan untuk mengetahui konten yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan yang agar bisa memenuhi kepuasan pelanggan. Analisis konten didapatkan dari hasil wawancara kepada pelanggan.

6. Merancang prototipe kemasan makanan tradisional pepes dage

Proses perancangan kemasan prototipe awal dilakukan dengan metode *design workshop*. Pada proses *design workshop* dibuat tiga alternatif desain visual menggunakan *software*. Sebelumnya untuk menyamakan desain kemasan yang dibuat dengan identitas warung pepes dage dilakukan observasi pada identitas warung pepes dage. Tahap selanjutnya melakukan observasi terhadap kesediaan material kemasan. Ketiga dilakukan perancangan mulai dari bentuk kemasan hingga tata letak konten desain pada kemasan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pada tahap ini perlu dipastikan bahwa kebutuhan konsumen dapat diletakkan pada atribut kemasan yang tepat. Keempat melihat kebutuhan yang diperlukan untuk membuat prototipe awal kemasan. Terakhir mengusulkan tiga alternatif prototipe dengan karakteristik *high fidelity prototype* untuk diusulkan sebagai alternatif kemasan. Proses perancangan kemasan akhir ini akan didapatkan dari hasil rancangan kemasan akhir. Pada tahap ini rancangan kemasan akhir yang diusulkan dapat berbentuk *high fidelity prototype* sesuai dengan rancangan dan bahan kemasan yang terpilih.

#### 7. Evaluasi dan analisis usulan *prototype* rancangan kemasan

Proses evaluasi usulan prototipe kemasan diawali dengan menentukan metode evaluasi yang dilakukan. Setelah metode evaluasi ditentukan selanjutnya adalah melakukan proses evaluasi. Evaluasi yang dilakukan adalah evaluasi dari segi fungsional, estetika, pemenuhan kebutuhan dan *usability*. Evaluasi fungsional dilakukan dengan mengirimkan produk pada responden luar kota lalu meminta tanggapannya mengenai kemasan produk. Evaluasi estetika dilakukan dengan meminta responden untuk memilih produk yang mereka rasa menarik. Evaluasi pemenuhan kebutuhan dilakukan dengan checklist box setiap atribut yang dibutuhkan oleh pengguna. Evaluasi *usability* merupakan pengujian yang menilai pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu produk. Evaluasi *usability* dilakukan dengan dua metode yaitu *task scenario* dan kuesioner SUS. Hasil evaluasi *task scenario* didapatkan dengan memberikan pepes dage serta kemasan kepada pelanggan pepes dage untuk melakukan tugas sesuai dengan skenario yang telah dibuat sebelumnya. Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan ketika melakukan pengujian *task scenario*.

- a. Membangun skenario kasus uji dengan memperhatikan berbagai interaksi yang dapat dilakukan.

- b. Melakukan kasus pengujian dengan meminta responden untuk melakukan tugas sesuai dengan skenario.
- c. Melakukan penilaian untuk setiap keberhasilan tugas yang dilakukan.
- d. Melakukan post interview untuk mengetahui kegagalan pada tugas yang diberikan.

Hasil evaluasi kuesioner SUS didapatkan dengan meminta pelanggan untuk berinteraksi dengan kemasan pepes dage selanjutnya pelanggan diminta untuk menilai kuesioner SUS. Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan ketika melakukan pengujian *kuesioner* SUS.

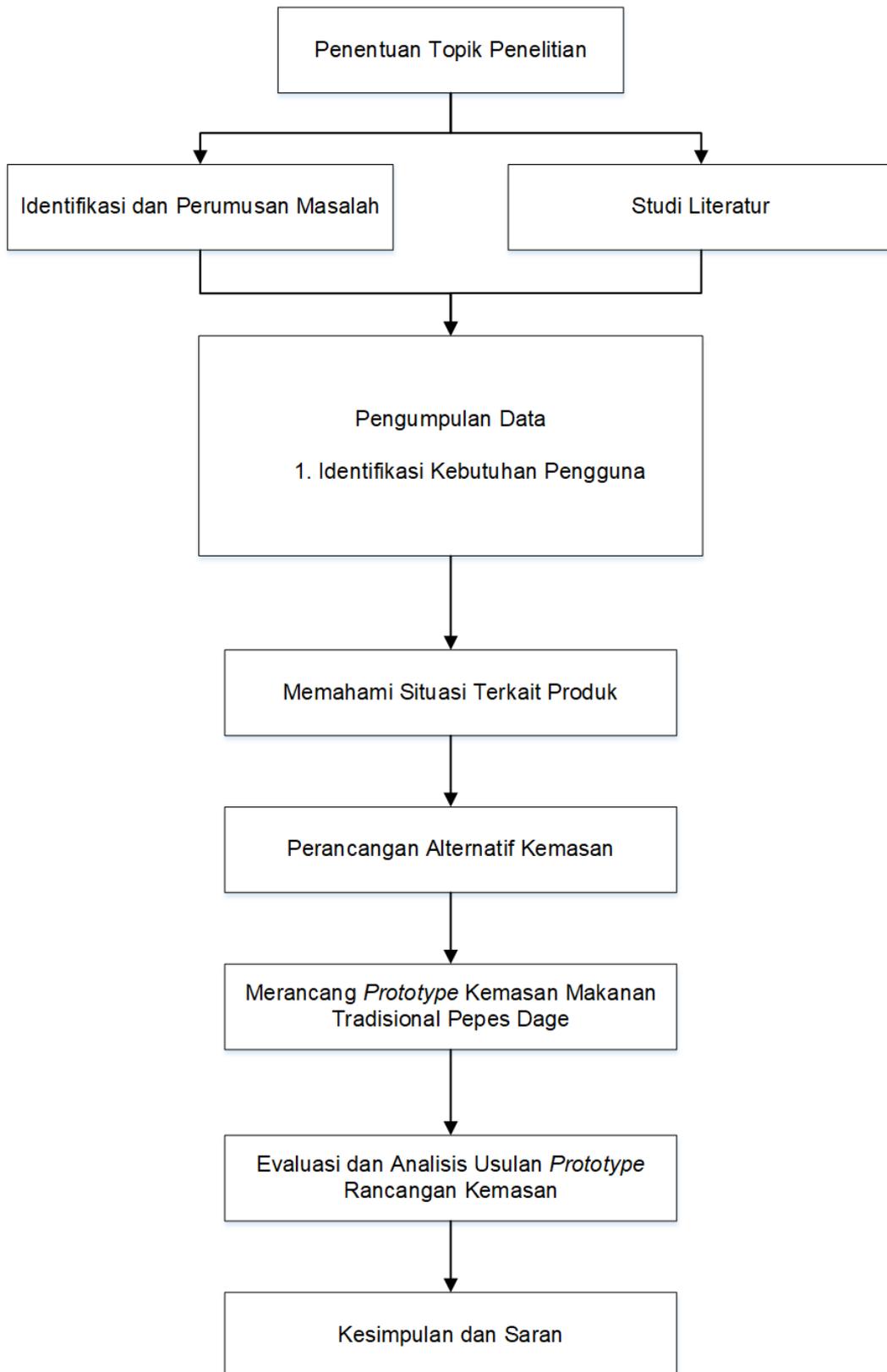
- a. Membuat *list* pertanyaan yang sesuai dengan aturan kuesioner SUS.
- b. Pelanggan diminta untuk berinteraksi dengan kemasan pepes dage.
- c. Pelanggan diminta untuk mengisi kuesioner SUS.
- d. Melakukan post interview untuk mengetahui kegagalan pada tugas yang diberikan.

Dari hasil pengujian semua responden maka langkah selanjutnya adalah melakukan perbaikan-perbaikan untuk setiap atribut kemasan atau dilakukan penggabungan antar alternatif usulan yang diberikan guna meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.

Analisis dilakukan untuk memberikan penjelasan terhadap keputusan yang diambil untuk setiap proses kegiatan yang telah dilakukan. Analisis yang dapat dibuat yaitu analisis terhadap identifikasi kebutuhan pengguna, analisis situasi terkait produk, analisis perancangan alternatif kemasan, analisis hasil prototipe kemasan, analisis hasil evaluasi prototipe dan analisis usulan perbaiki prototipe.

#### 8. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir pada penelitian ini adalah kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan yang dipaparkan akan menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang ada. Saran yang dipaparkan dapat digunakan sebagai masukan untuk pemilik dalam mengembangkan usahanya dan peneliti lain sebagai masukan ketika melakukan penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian ini.



Gambar I.7 Metodologi Penelitian

## I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan penelitian ini menggambarkan isi-isi pada laporan penelitian ini. Penelitian dengan judul “PERANCANGAN DESAIN KEMASAN MAKANAN TRADISIONAL “PEPES DAGE” UNTUK PENJUALAN SECARA ONLINE MENGGUNAKAN METODE *USER CENTERED DESIGN*” menggunakan kriteria penyusunan laporan yang dibagi menjadi lima bab yang saling berkaitan.

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I laporan berfokus mengenai latar belakang masalah yang timbul pada warung pepes dage. Latar belakang masalah yang terjadi selanjutnya dilakukan identifikasi masalah dan rumusan masalah. Terdapat juga batasan masalah dan asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian ini. Ditetapkan pula tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, sistematika penulisan penelitian ini.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II laporan berfokus pada pemaparan teori-teori yang terkait dan digunakan dalam penelitian ini. Teori yang dipaparkan adalah pengertian kemasan, jenis kemasan, fungsi kemasan, rancangan kemasan, dan metode *user centered design*. Teori-teori ini dapat mendukung penelitian sebagai dasar pengolahan data dan rancangan kemasan pepes dage.

### BAB III PENGUMPULAN DATA DAN PERANCANGAN KEMASAN

Pada bab III laporan dipaparkan mengenai rencana pengumpulan data, Identifikasi pengguna dan atribut kemasan, situasi terkait produk, menyaring dan mempertimbangan fitur desain, perancangan kemasan, dan evaluasi. Bab ini dijelaskan urutan merancang desain kemasan sesuai dengan metodologi penelitian yang dibuat. Alternatif rancangan kemasan yang disajikan pada bab ini dapat berpotensi untuk diimplementasikan menjadi kemasan online utama bagi warung pepes dage.

**BAB IV ANALISIS**

Pada bab IV difokuskan untuk memberikan analisis dari hasil perancangan kemasan yang telah dibuat pada bab sebelumnya. Analisis yang berikan mencakup segala macam kegiatan yang dilakukan pada penelitian ini. Analisis yang dipaparkan diharapkan dapat memperjelas tahap-tahap yang dilakukan pada setiap kegiatan dalam penelitian ini.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab V berisikan kesimpulan dari hasil yang telah didapat. Kesimpulan ini diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan di awal untuk memberikan hasil dari tujuan penelitian ini dilakukan. Kemudian bab ini juga memaparkan saran-saran yang dapat diberikan kepada pemilik warung pepes dage, pembaca, dan lainnya.