

**PERANCANGAN ULANG KEMASAN SUSU KEDELAI  
YUN YI BERDASARKAN ASPEK *VISUAL* DAN  
*PRODUCT HANDLING***

**SKRIPSI**

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

**Disusun oleh:**

**Nama : Desi Karolin**

**NPM : 2014610031**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2018**

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG



Nama : Desi Karolin  
NPM : 2014610031  
Jurusan : Teknik Industri  
Judul Skripsi : PERANCANGAN ULANG KEMASAN SUSU KEDELAI YUN YI  
BERDASARKAN ASPEK *VISUAL* DAN *PRODUCT HANDLING*

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Agustus 2018

**Ketua Program Studi Sarjana**

**Teknik Industri**

(Romy Loice, S.T., M.T.)

**Pembimbing Utama**

(Ceicalia Tesavita, S.T, M.T.)



Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan



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

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Desi Karolin

NPM : 2014610031

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

### **“PERANCANGAN ULANG KEMASAN SUSU KEDELAI YUN YI BERDASARKAN *VISUAL PRODUCT EVALUATION* DAN *PRODUCT HANDLING*”**

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.

Bandung, 12 Juli 2018

Desi Karolin  
2014610031



## ABSTRAK

Yun Yi merupakan salah satu industri rumahan di kota Bandung yang menghasilkan berbagai macam produk berbahan dasar kacang kedelai, salah satunya minuman sari kedelai atau yang biasa dikenal dengan susu kedelai. Dewasa ini, usaha di bidang produksi susu kedelai kian banyak peminat. Hal ini disebabkan oleh keuntungan yang dihasilkan cukup menjanjikan (modal sedikit namun konsumen peminat susu kedelai kian meningkat). Oleh karena itu, setiap produsen dituntut untuk pandai-pandai dalam menyusun strategi persaingan, salah satunya melalui desain kemasan yang menarik. Apalagi susu kedelai memiliki citarasa yang tidak terlalu berbeda antara setiap kompetitor sehingga kemasan yang menarik menjadi suatu alat yang dapat digunakan untuk menarik konsumen agar lebih memilih susu kedelai merek tertentu daripada yang lain.

Penelitian ini menggunakan penilaian berdasarkan aspek *visual* (evaluasi produk dalam waktu yang terbatas dari segi tampilan) dan *Product Handling* (menangkap umpan balik dari pengguna dengan cepat terkait dengan fungsi produk sampel yang dirasakan oleh pengguna). Diawali dengan proses identifikasi atribut kemasan (literatur dan wawancara) yang hasilnya digunakan untuk menyusun lembar kuesioner. Kuesioner disebarkan kepada 30 orang responden yang termasuk dalam target konsumen (pria dan wanita usia 17-40 tahun), serta dilakukan wawancara untuk menggali alasan penilaian responden. Setelah hasil kuesioner teruji *valid* dan *reliable*, selanjutnya dilakukan pengolahan data. Secara kuantitatif, diperoleh informasi bahwa seluruh atribut kemasan yang dinilai dari susu kedelai Yun Yi berada di bawah kategori cukup (nilai rata-rata < 3) sementara secara kualitatif diketahui bahwa keseluruhan responden lebih cenderung untuk mengungkapkan komentar negatif dari kemasan daripada positif. Oleh karena itu dilakukan perancangan ulang kemasan yang menghasilkan 6 alternatif rancangan kemasan usulan awal dimana berdasarkan hasil evaluasi kemasan usulan awal, masing-masing alternatif tersebut memperoleh nilai rata-rata > 3 yang berarti melebihi kategori cukup.

Setelah dilakukan uji signifikansi dan melalui berbagai pertimbangan diperoleh sebuah rancangan kemasan usulan akhir. Rancangan kemasan usulan akhir dibuat dengan mempertimbangkan berbagai preferensi responden yang ada. Berdasarkan hasil uji signifikansi terbukti bahwa terjadi peningkatan nilai yang signifikan jika dibandingkan dengan kemasan awal.

## **ABSTRACT**

*Yun Yi is one of Bandung's home industry that produces various products made from soybeans, one of which is soy juice drink or commonly known as soy milk. Currently, the business in the field of soy milk production are increasingly interested. This is due to the resulting profit is quite promising (little capital needed but the consumer enthusiast of soy milk are increasing). Therefore, every producer is demanded to be very clever in formulating competition strategy, one of them is through attractive packaging design. Moreover, soy milk has a taste that is not too different between each competitor so that attractive packaging display becomes a tool that can be used to attract consumer to prefer specific soy milk brand rather than others.*

*This study using assessment based on visual aspects (product evaluation in a limited time in terms of appearance) and Product Handling (capturing quickly feedback from users related to the function of sample product received by users). Beginning by interviewing 10 expert users to identify packaging attributes, which then the results are used to compile the questionnaire. The questionnaires were distributed to 30 respondents which included in the target consumers (men and women aged 17-40 years), as well as interviews to explore the reasons for the respondent's assessment. After the results of the questionnaire proved to be valid and reliable, then done the processing of both quantitative and qualitative data. Quantitatively, it was found that all of the packaging's attributes assessed from Yun Yi soybean milk were below the "quite good" category (mean score <3) while qualitatively it was found that the overall respondents were more likely to reveal the negative aspects of the packaging than the positive. Therefore, the packaging re-design was then carried out which resulted in 6 alternatives of packaging designs of initial proposals where based on the evaluation results of the initial proposed packaging, each of these alternatives obtained a mean value >3 which means more than "quite good" category. However, after the test of significance was performed and through various considerations, it can be obtained a final proposal package design.*

*After testing the significance and through various considerations, obtained a final proposal packaging design. The design of the final proposal packaging is made by considering the various preferences of existing respondents. Based on the result of the significance test proved that there was a significant increase in value compared to the initial packaging.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya oleh kasih karunia dan anugerah-Nya penulis dimampukan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “Perancangan Ulang Kemasan Susu Kedelai Yun Yi Berdasarkan *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*” dengan tepat waktu.

Dengan diselesaikannya skripsi ini, penulis hendak mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, yaitu:

1. Ibu Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing serta memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih atas segala kesabaran dan perhatian yang telah ibu berikan pada penulis selama penyusunan skripsi berlangsung.
2. Bapak Daniel Siswanto, S.T., M.T. dan Bapak Yansen Theopilus, S.T., M.T. selaku dosen penguji sidang proposal skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan masukan terkait dengan penulisan proposal skripsi.
3. Papa, mama, dan cici atas segala dukungan sepanjang penulis menyelesaikan skripsi, baik secara moral maupun spiritual. Terimakasih atas segala perhatian dan doa yang telah diberikan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh keluarga besar terutama para sepupu yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penulis menyelesaikan penyusunan skripsi.
5. Nadya Prabarini yang telah menjadi teman seperjuangan selama penyusunan skripsi, melewati segala suka dan duka hingga akhirnya skripsi ini dapat selesai.
6. Hani, Jessica Sela, Theresia, Yuyu, dan Ruthfina yang telah menjadi teman penulis dalam mengerjakan skripsi di kampus.

7. Steffi Yap yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis dengan menjawab segala pertanyaan ketika penulis sedang kebingungan terutama dengan statistika dan perancangan.
8. Teman-teman :3 (Cecil, Devi, Nana, Hilda, Puspa, Riska, Sharon, Steffi) yang telah mewarnai hari-hari penulis selama 4 tahun masa perkuliahan, melewati segala suka dan duka kuliah bersama.
9. Teman-teman PARES TRIP (Dessy, Keisha, Nadya, Chandra, Dyo, Juniarto, Kadima, Khalif, Rainer, Terry) atas segala dukungan terutama hiburan yang telah diberikan sepanjang penyusunan skripsi dan sepanjang masa perkuliahan.
10. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2014 terutama kelas C yang telah turut mewarnai hari-hari penulis sepanjang masa perkuliahan.
11. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam proses penelitian.
12. Semua teman-teman yang telah memberikan dukungan dan doa hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
13. Segala pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih atas segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena berbagai keterbatasan yang ada. Oleh karena itu, penulis memohon agar bapak/ibu dosen dan para pembaca dapat memakluminya. Kiranya hasil penyusunan skripsi ini dapat membawa manfaat bagi segala pihak terutama di masa yang akan datang.

Bandung, Juni 2018

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 dan Perumusan Masalah .....	I-5
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian .....	I-18
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-18
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-19
I.6 Metodologi Penelitian .....	I-19
I.6.1 Penentuan Objek Penelitian .....	I-20
I.6.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	I-20
I.6.3 Studi Literatur .....	I-21
I.6.4 Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi .....	I-21
I.6.5 Perumusan Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	I-22
I.6.6 Identifikasi Atribut Kemasan .....	I-22
I.6.7 Penyusunan Kuesioner <i>Visual</i> dan <i>Product Handling</i> .....	I-23
I.6.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner .....	I-23
I.6.9 Pengumpulan Data <i>Visual Product Evaluation</i> dan <i>Product Handling</i> .....	I-23
I.6.10 Pengolahan Data <i>Visual Product Evaluation</i> dan <i>Product Handling</i> .....	I-24
I.6.11 Pengembangan Rancangan Kemasan .....	I-25
I.6.12 Evaluasi Kemasan Usulan .....	I-25
I.6.13 Perancangan Kemasan Usulan Akhir .....	I-25
I.6.14 Kesimpulan dan Saran .....	I-26
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-26

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>II-1</b>
II.1 Kemasan.....	II-1
II.2 Perancangan Kemasan.....	II-5
II.3 Warna.....	II-7
II.4 <i>Visual Product Evaluation</i> .....	II-9
II.5 <i>Product Handling</i> .....	II-10
II.6 Metode Pengumpulan Data .....	II-11
II.7 Teknik <i>Sampling</i> .....	II-16
II.8 Skala Pengukuran.....	II-22
II.9 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas .....	II-27
II.9.1 Uji Reliabilitas.....	II-28
II.9.2 Uji Validitas .....	II-32
<b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>	<b>III-1</b>
III.1 Identifikasi Atribut .....	III-1
III.1.1 Literatur .....	III-1
III.1.2 Wawancara .....	III-4
III.2 Penyusunan Kuesioner <i>Visual</i> dan <i>Product Handling</i> .....	III-20
III.3 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas Kuesioner .....	III-23
III.4 Pengumpulan dan Pengolahan Data <i>Visual</i> dan <i>Product Handling</i> .....	III-30
III.4.1 Kuantitatif .....	III-30
III.4.2 Kualitatif .....	III-32
III.5 Pengembangan Rancangan Kemasan Usulan .....	III-37
III.5.1 Bentuk .....	III-38
III.5.2 Warna .....	III-41
III.5.3 Informasi Label .....	III-42
III.5.4 Desain Grafis .....	III-45
III.5.5 Tipografi .....	III-50
III.5.6 Material Kemasan .....	III-52
III.6 Hasil Rancangan Kemasan Usulan .....	III-53
<b>BAB IV ANALISIS .....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1 Evaluasi Hasil Rancangan Kemasan Usulan .....	IV-1
IV.2 Perancangan Kemasan Usulan Akhir .....	IV-24
IV.3 Analisis Penyusunan Kuesioner .....	IV-41
IV.4 Analisis Perkiraan Biaya Kemasan .....	IV-42

<b>BAB V KESIMPULAN 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 Komposisi Gizi Susu Kedelai dan Susu Sapi (Dalam 1 Cangkir) .....	I-2
Tabel I.2 Rekapitulasi Hasil Tahapan Awal <i>Focus Group Discussion</i> .....	I-11
Tabel I.3 Rekapitulasi Hubungan Kemasan dengan Pemasaran Produk .....	I-12
Tabel I.4 Rekapitulasi Pendapat Responden Terhadap Kemasan Susu Kedelai Yun Yi .....	I-14
Tabel I.5 Rekapitulasi Alasan Pemilihan Prioritas .....	I-15
Tabel I.6 Perbandingan Metode Perancangan Kemasan .....	I-16
Tabel II.1 Makna Warna .....	II-8
Tabel II.2 Kelebihan dan Kekurangan Metode Observasi .....	II-14
Tabel II.3 Perbandingan Sifat Skala .....	II-24
Tabel II.4 Skala Sikap .....	II-24
Tabel III.1 Rekapitulasi Atribut Kemasan Berdasarkan Buku .....	III-1
Tabel III.2 Rekapitulasi Atribut Kemasan Berdasarkan Jurnal .....	III-2
Tabel III.3 Rekapitulasi Atribut Kemasan Berdasarkan Standar Pemerintah....	III-3
Tabel III.4 Contoh Hasil Kegiatan Wawancara .....	III-14
Tabel III.5 Rekapitulasi Atribut Kemasan Berdasarkan Wawancara .....	III-16
Tabel III.6 Hierarki Kebutuhan Atribut Kemasan .....	III-18
Tabel III.7 Rekapitulasi Masukan <i>Pretest</i> Kuesioner .....	III-21
Tabel III.8 Butir Pertanyaan Uji Reliabilitas dan Uji Validitas .....	III-24
Tabel III.9 Rekapitulasi Hal-hal yang Disukai dan Tidak Disukai Dari Kemasan .....	III-33
Tabel III.10 Perbandingan Informasi Tercantum Pada Label Kemasan .....	III-45
Tabel III.11 Kombinasi Rancangan Kemasan Usulan Awal .....	III-53
Tabel IV.1 Perbandingan Rancangan Kemasan Usulan Awal dengan Kemasan Awal ( <i>Visual</i> ) .....	IV-2
Tabel IV.2 Perbandingan Rancangan Bentuk Kemasan Usulan Awal dengan Bentuk Kemasan Awal ( <i>Handling</i> ) .....	IV-7
Tabel IV.3 Rekapitulasi Komentar Evaluasi Tampilan Rancangan Kemasan Usulan Awal 1 .....	IV-11

Tabel IV.4 Rekapitulasi Komentar Evaluasi Tampilan Rancangan Kemasan Usulan Awal 2 .....	IV-12
Tabel IV.5 Rekapitulasi Komentar Evaluasi Tampilan Rancangan Kemasan Usulan Awal 3 .....	IV-14
Tabel IV.6 Rekapitulasi Komentar Evaluasi Tampilan Rancangan Kemasan Usulan Awal 4 .....	IV-15
Tabel IV.7 Rekapitulasi Komentar Evaluasi Tampilan Rancangan Kemasan Usulan Awal 5 .....	IV-16
Tabel IV.8 Rekapitulasi Komentar Evaluasi Tampilan Rancangan Kemasan Usulan Awal 6 .....	IV-18
Tabel IV.9 Rekapitulasi Komentar Evaluasi <i>Handling</i> Rancangan Kemasan Usulan Awal 1 .....	IV-19
Tabel IV.10 Rekapitulasi Komentar Evaluasi <i>Handling</i> Rancangan Kemasan Usulan Awal 2 .....	IV-21
Tabel IV.11 Perbandingan Perkiraan Harga Jual Produk Menurut Responden .....	IV-24
Tabel IV.12 Rekapitulasi Uji Signifikansi Kemasan Usulan Awal.....	IV-31
Tabel IV.13 Perbandingan Perkiraan Biaya Pembuatan Kemasan .....	IV-41
Tabel IV.14 Rekapitulasi Hasil Uji Signifikansi Kemasan Usulan Akhir dan Kemasan Usulan Awal .....	IV-39
Tabel IV.15 Rekapitulasi Hasil Uji Signifikansi Kemasan Usulan Akhir dan Kemasan Awal .....	IV-39
Tabel IV.16 Perbandingan Perkiraan Biaya Pembuatan Kemasan .....	IV-44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Kemasan Awal Susu Kedelai Yun Yi .....	I-6
Gambar I.2	Kemasan Susu Kedelai Cimory .....	I-7
Gambar I.3	Kemasan Susu Kedelai Naraya .....	I-8
Gambar I.4	Kemasan Susu Kedelai Soyup .....	I-8
Gambar I.5	Urutan Preferensi Kemasan Susu Kedelai .....	I-13
Gambar I.6	Prioritas Antara Kemasan Menarik dan Kemasan Praktis .....	I-14
Gambar I.7	Metodologi Penelitian .....	I-29
Gambar II.1	<i>Visual Product Evaluation Questionnaire</i> .....	II-10
Gambar II.2	<i>Product Handling Questionnaire</i> .....	II-11
Gambar II.3	Pengujian Reliabilitas Teknik Gabungan .....	II-29
Gambar III.1	Hasil Pengolahan Data Kuantitatif <i>Visual Product Evaluation</i> .....	III-30
Gambar III.2	Hasil Pengolahan Data Kuantitatif <i>Product Handling</i> .....	III-31
Gambar III.3	Preferensi Responden Untuk Membeli Produk Berdasarkan Tampilan Kemasan .....	III-35
Gambar III.4	Preferensi Responden Untuk Membeli Produk Berdasarkan <i>Handling</i> Kemasan .....	III-36
Gambar III.5	Rancangan Bentuk Botol Usulan Alternatif Pertama .....	III-40
Gambar III.6	Rancangan Bentuk Botol Usulan Alternatif Kedua .....	III-40
Gambar III.7	Warna Varian Rasa Usulan .....	III-42
Gambar III.8	Desain Grafis Label Alternatif Pertama Varian <i>Original</i> .....	III-48
Gambar III.9	Desain Grafis Label Alternatif Kedua Varian <i>Original</i> .....	III-49
Gambar III.10	Desain Grafis Label Alternatif Ketiga Varian <i>Original</i> .....	III-49
Gambar III.11	Rancangan Kemasan Usulan Alternatif Pertama Varian <i>Original</i> .....	III-55
Gambar III.12	Rancangan Kemasan Usulan Alternatif Kedua Varian <i>Original</i> .....	III-55
Gambar III.13	Rancangan Kemasan Usulan Alternatif Ketiga Varian <i>Original</i> .....	III-56
Gambar III.14	Rancangan Kemasan Usulan Alternatif Keempat Varian <i>Original</i> .....	III-57

Gambar III.15 Rancangan Kemasan Usulan Alternatif Kelima Varian	
<i>Original</i> .....	III-58
Gambar III.16 Rancangan Kemasan Usulan Alternatif Keenam Varian	
<i>Original</i> .....	III-58
Gambar IV.1 Preferensi Responden Untuk Membeli Produk Berdasarkan	
Tampilan Kemasan 1 .....	IV-22
Gambar IV.2 Preferensi Responden Untuk Membeli Produk Berdasarkan	
<i>Handling</i> Bentuk Kemasan 1 .....	IV-23
Gambar IV.3 Hasil Uji Normalitas Data Bentuk Kemasan.....	IV-27
Gambar IV.4 Hasil Uji Signifikansi Bentuk Kemasan Alternatif 1,2,3 dan	
4,5,6 .....	IV-31
Gambar IV.5 Rancangan Label Kemasan Usulan Akhir Varian Rasa	
<i>Original</i> .....	IV-34
Gambar IV.6 Rancangan Bentuk Kemasan Usulan Akhir .....	IV-35
Gambar IV.7 Rancangan Kemasan Usulan Akhir .....	IV-35
Gambar IV.8 Perbandingan Nilai Rata-Rata <i>Visual</i> .....	IV-38
Gambar IV.9 Perbandingan Nilai Rata-Rata <i>Handling</i> .....	IV-38

## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN A REKAPITULASI HASIL WAWANCARA AWAL
- LAMPIRAN B LEMBAR KUESIONER *VISUAL PRODUCT EVALUATION* DAN  
*PRODUCT HANDLING AWAL*
- LAMPIRAN C LEMBAR KUESIONER *VISUAL PRODUCT EVALUATION* DAN  
*PRODUCT HANDLING REVISI*
- LAMPIRAN D TABEL *CRITICAL VALUES FOR PEARSON CORRELATION*
- LAMPIRAN E REKAPITULASI KOMENTAR RESPONDEN TERHADAP  
KEMASAN
- LAMPIRAN F DESAIN LABEL KEMASAN ALTERNATIF PERTAMA
- LAMPIRAN G DESAIN LABEL KEMASAN ALTERNATIF KEDUA
- LAMPIRAN H DESAIN LABEL KEMASAN ALTERNATIF KETIGA
- LAMPIRAN I PREFERENSI RESPONDEN MEMBELI PRODUK
- LAMPIRAN J HASIL UJI NORMALITAS KEMASAN USULAN AWAL
- LAMPIRAN K HASIL UJI SIGNIFIKANSI KEMASAN USULAN AWAL
- LAMPIRAN L DESAIN LABEL KEMASAN USULAN AKHIR
- LAMPIRAN M REKAPITULASI HASIL UJI NORMALITAS KEMASAN USULAN  
AKHIR DAN KEMASAN USULAN AWAL
- LAMPIRAN N REKAPITULASI HASIL UJI SIGNIFIKANSI KEMASAN USULAN  
AKHIR DAN KEMASAN USULAN AWAL
- LAMPIRAN O REKAPITULASI HASIL UJI NORMALITAS KEMASAN USULAN  
AKHIR DAN KEMASAN AWAL
- LAMPIRAN P REKAPITULASI HASIL UJI SIGNIFIKANSI KEMASAN USULAN  
AKHIR DAN KEMASAN AWAL

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas pendahuluan yang berisi gambaran umum mengenai penelitian yang akan dilakukan. Pembahasan pada bab ini dibagi menjadi beberapa bagian yaitu latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

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

Dalam slogan “empat sehat lima sempurna” susu disebut sebagai sumber kelima yang membuat gizi sempurna (Hasim dan Martindah, 2012). Susu adalah makanan cair yang diproduksi oleh kelenjar susu mamalia betina. Dalam kehidupan sehari-hari, kata susu juga digunakan untuk minuman yang dikategorikan sebagai pengganti susu yang berasal dari kedelai atau tumbuh-tumbuhan lain. Susu kaya akan gizi yang bermanfaat bagi kesehatan terutama kandungan kalsium yang baik untuk tulang dan gigi. Kalsium sangat diperlukan dalam pertumbuhan, terutama anak. Dalam satu gelas susu sapi akan mencukupi 50% kebutuhan kalsium harian anak. Namun, sebagian besar individu mulai kehilangan kemampuan untuk mencerna laktosa yang dimulai sekitar umur empat tahun atau biasa dikenal dengan istilah *lactose intolerance* atau intoleransi laktosa (Nasution, 2017, 11 April). *Lactose intolerance* terjadi pada 75% populasi di dunia. Kebanyakan penderita *lactose intolerance* memilih susu nabati sebagai alternatif pengganti susu sapi agar kebutuhan kalsium mereka tetap terpenuhi. Susu nabati merupakan produk susu cair yang diperoleh dengan cara menggantikan sebagian atau seluruh lemak susu dengan minyak atau lemak nabati, atau campurannya dalam jumlah yang setara (Utami I., 2009). Salah satu contoh susu nabati yang paling banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia adalah susu kedelai.

Kedelai merupakan salah satu komoditas primer yang banyak dibutuhkan sebagai input untuk menghasilkan komoditas sekunder seperti susu kedelai, tempe, tahu, tepung kedelai, dan lain-lain (Aimon dan Satrianto, 2014).

Susu kedelai merupakan sumber protein berkualitas tinggi yang dapat digunakan sebagai alternatif susu sapi (Nasution, 2017, 11 April). Selain itu, susu kedelai juga dapat menjadi alternatif bagi individu yang memiliki reaksi alergi terhadap susu sapi serta alternatif asupan susu bagi kaum *vegetarian*. Masing-masing susu tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Perbandingan kandungan gizi yang terkandung dalam 1 cangkir susu kedelai dan susu sapi dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Komposisi Gizi Susu Kedelai dan Susu Sapi (Dalam 1 Cangkir)

	Susu Kedelai	Susu Sapi
Lemak (gram)	4.67	8.15
Asam Lemak (gram)	0.52	5.07
Serat (gram)	3.18	0
Protein (gram)	6.73	8.02
Karbohidrat (gram)	4.43	11.37
Laktosa (gram)	0	4.27
Kalsium (milligram)	9.8	290.36
Besi (milligram)	1.4	2.12
Fosfat (milligram)	120.05	226.92
Kalori	79	150

(Sumber: Nasution, 2017, 11 April)

Jika dilihat dari perbandingan di atas, susu kedelai merupakan pilihan yang lebih menyehatkan daripada susu sapi karena rendah kalori, karbohidrat, lemak dan asam lemak (Nasution, 2017, 11 April). Akhir-akhir ini promosi susu nabati sangat gencar seiring dengan kenaikan harga susu (Hasim dan Martindah, 2012). Hal ini tidak salah selama susu nabati tersebut diperuntukkan bagi orang dewasa. Susu kedelai belum dapat digunakan sebagai alternatif susu sapi jika mempertimbangkan kebutuhan nutrisi pada anak. Pemberian susu nabati seperti susu kedelai pada bayi dipastikan akan menyebabkan pertumbuhan bayi tidak optimal (Hasim dan Martindah, 2012). Jika dilihat dari jumlah kalori yang terkandung dalam satu gelas susu kedelai, tentunya susu kedelai cocok dikonsumsi oleh orang-orang yang sedang dalam program diet untuk menurunkan berat badan namun tetap memasok kebutuhan protein dalam jumlah yang cukup. Keunggulan lain dari susu kedelai adalah kaya akan serat dan fitoestrogen atau biasa dikenal dengan isoflavon (Nasution, 2017, 11 April). Susu kedelai merupakan sumber fitoestrogen (isoflavon) yang sangat baik bagi wanita.

Menurut Pernando (2015), kesadaran masyarakat Indonesia untuk hidup sehat sudah lebih meningkat dibanding pada tahun 2014. Hal ini didasarkan pada hasil *survey* yang digelar Sun Life Financial bersama IPSOS, yang menunjukkan sebanyak 73% masyarakat Indonesia menempatkan kesehatan pribadi menjadi isu nomor satu dalam prioritas hidup, jumlah ini meningkat 19% dari indeks yang sama pada tahun 2014. Menurut Merina (2017), kini pamor susu kedelai tidak kalah dengan susu sapi. Selain karena harganya yang murah, kandungan gizi dari susu kedelai yang tak kalah dengan susu sapi juga memberikan daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Melihat fenomena susu kedelai yang sedang naik pamor, memberikan peluang usaha tersendiri untuk sektor susu kedelai. Menurut Agrowindo (2015), bisnis susu kedelai bisa dimulai dari usaha kecil menengah hingga skala besar, tergantung dengan modal yang dimiliki.

Menurut infoagribisnis (2017, 13 Februari), proses pengolahan susu kedelai amatlah mudah serta modal yang dibutuhkan pun kecil karena bahan baku yang digunakan dapat diperoleh dengan harga yang murah. Modal yang kecil serta peminat susu kedelai yang kini sudah semakin meningkat, menjadikan usaha susu kedelai menjadi salah satu usaha dengan keuntungan yang sangat menjanjikan. Hal inilah yang mendorong banyak pelaku usaha untuk bergerak di bidang produksi susu kedelai. Banyaknya jumlah pesaing yang ada di pasaran menuntut para pelaku usaha susu kedelai agar pandai-pandai dalam menyusun strategi persaingan. Salah satunya melalui tampilan dari kemasan susu kedelai itu sendiri agar mampu menarik perhatian konsumen. Menurut Merina (2017), kemasan susu kedelai biasanya tidak dipikirkan secara matang oleh penjual. Padahal kemasan sangat mempengaruhi faktor keberhasilan susu kedelai. Apalagi susu kedelai memiliki citarasa yang tidak terlalu berbeda secara signifikan bahkan cenderung sama antar kompetitor, sehingga tampilan kemasan menjadi hal yang cukup penting dalam pertimbangan konsumen untuk memilih susu kedelai tertentu.

Pemilihan objek susu kedelai Yun Yi sebagai objek penelitian didasarkan pada hasil observasi yang dilakukan di sebuah toserba yang berlokasi di Jalan Riau, Kota Bandung. Berdasarkan hasil observasi, kemasan susu kedelai Yun Yi terlalu sederhana untuk sebuah produk yang dijual di sebuah pasar swalayan, tampilan kemasan dari susu kedelai Yun Yi kalah

mencolok dengan berbagai produk kompetitor sejenis yang dijual di tempat yang sama. Selain itu, ketika produk susu kedelai Yun Yi dipajang pada rak bersamaan dengan berbagai produk kompetitor sejenis lainnya, identitas dari susu kedelai Yun Yi sangat tidak terinformasikan melalui kemasan karena kemasan yang digunakan hanya berupa gelas plastik polos dengan penutup segel di bagian atasnya. Semua informasi mengenai produk hanya terdapat pada bagian segel penutup saja, sementara ketika produk dipajang di rak tentu produk akan diposisikan berdiri dimana tidak ada informasi mengenai produk yang dapat tercermin dari kemasan. Bahkan jika para pengunjung hanya melihat secara sekilas, belum tentu pengunjung tersebut mengetahui bahwa produk yang dipajang adalah produk susu kedelai bukan produk susu sapi. Oleh karena itu, dirasa sangat perlu untuk dilakukan perbaikan kemasan susu kedelai Yun Yi.

Kemasan merupakan “pemicu” karena fungsinya langsung berhadapan dengan konsumen sehingga kemasan harus dapat memberikan impresi spontan yang mempengaruhi tindakan positif konsumen di tempat penjualan, dalam hal ini melakukan pembelian sebab tujuan akhir dari pengemasan adalah menciptakan penjualan (Cenadi, 2000). Meskipun kegiatan berbelanja seringkali menjadi kegiatan yang terencana, setidaknya 50% dari pembelian terjadi secara tidak terencana yang disebabkan oleh daya tarik dari kemasan pada saat titik pembelian (Pickton dan Borderick, 2001 dalam Cahyorini dan Rusfian, 2011). Sekitar 60% sampai 70% keputusan untuk membeli produk kemasan dengan merek tertentu baru dibuat oleh konsumen saat berada di dalam toko (Cahyorini, 2011). Semua produk yang dijual di pasar swalayan harus benar-benar direncanakan kemasannya dengan baik karena produk dalam kategori yang sama akan diletakkan pada rak yang sama (Cenadi, 2000). Keberhasilan penjualan tergantung pada citra yang diciptakan oleh kemasan tersebut. Kemasan merupakan suatu kesatuan yang menjadi faktor yang paling mempengaruhi terjadinya penjualan dari sebuah produk karena mampu menstimulasi perilaku pembelian impulsif (Aday dan Yener, 2014). Kemasan yang gagal memperoleh kesuksesan di pasar dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya akan memberikan citra buruk terhadap produk meskipun produk tersebut memiliki nilai yang tinggi sehingga tidak ada orang yang memutuskan untuk membeli produk tersebut (A. M. K. Ahmad & Ahmad, 2015).

## I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Proses identifikasi masalah diawali dengan melakukan observasi di pasaran, secara khusus di sebuah toserba yang berlokasi di jalan Riau, kota Bandung. Berdasarkan hasil observasi, diperoleh objek penelitian berupa susu kedelai yang diproduksi oleh sebuah usaha skala kecil dan menengah di Kota Bandung yaitu susu kedelai Yun Yi. Mayoritas masyarakat Bandung tentunya sudah familiar dengan nama Yun Yi sebagai produsen tahu di kota Bandung. Selain memproduksi tahu, Yun Yi juga berinovasi dengan memproduksi berbagai makanan dan minuman yang berbahan dasar tahu serta kacang kedelai. Salah satunya adalah susu kedelai yang tetap mengusung merek Yun Yi.

Susu kedelai yang diproduksi oleh Yun Yi memiliki empat varian rasa yaitu *original*, pandan, *strawberry*, dan kopi. Saat ini, susu kedelai Yun Yi hanya memiliki satu jenis ukuran kemasan yaitu gelas berukuran 300 mililiter dengan harga jual Rp9,450 (pengamatan pada tanggal 7 Februari 2018 di Toserba Yogya Cabang Riau Junction, Bandung). Hingga saat ini kemasan yang digunakan oleh susu kedelai merek Yun Yi masih terbilang sederhana yaitu hanya menggunakan gelas plastik yang ditutup dengan segel plastik di bagian atasnya, seperti yang dapat dilihat pada Gambar I.1. Bahan gelas plastik yang digunakan sebagai kemasan cenderung kurang kuat sehingga kemasan dari susu kedelai Yun Yi rawan pecah dan bocor jika terjatuh.

Berdasarkan hasil kegiatan wawancara dengan pihak produsen, pemilihan jenis dan tampilan kemasan yang ada saat ini didasarkan pada kesederhanaan kemasan. Namun, pihak produsen juga menuturkan bahwa sebenarnya sempat memiliki rencana untuk melakukan perubahan dan pengembangan kemasan namun belum sempat direalisasikan. Adapun perubahan kemasan yang akan dilakukan berkaitan dengan tampilan kemasan dan jenis kemasan yang akan digunakan yaitu dalam bentuk botol ukuran 300 mililiter. Selain itu, produsen juga belum pernah melakukan *survey* secara khusus kepada konsumen terkait dengan kemasan susu kedelai Yun Yi yang ada saat ini. Target konsumen dari produk susu kedelai Yun Yi berada di rentang usia 17-40 tahun.



Gambar I.1 Kemasan Awal Susu Kedelai Yun Yi

Jika dibandingkan dengan kompetitor susu kedelai lainnya yang dijual di toserba yang sama, tampilan susu kedelai Yun Yi yang ada saat ini terbilang kurang menarik. Selain karena identitas produk yang kurang menonjol, tampilan dari kemasan susu kedelai Yun Yi juga cenderung membosankan karena hanya didominasi oleh warna putih. Jenis bahan kemasan yang digunakan juga cukup tipis sehingga dapat dengan mudah berubah bentuk terutama ketika dipajang di *supermarket* selain itu kemasan yang ada saat ini masih kurang praktis. Padahal menurut Cotton (1990) dalam Cenadi (2000), sebuah desain kemasan yang ditujukan untuk penjualan di pasar swalayan harus memenuhi beberapa kriteria yaitu memiliki tampilan yang menonjol (*stands out*), memberikan informasi seputar produk (*contents*), memiliki tampilan yang berbeda dengan produk pesaing (*distinctive*), serta harus sesuai dengan produk yang dikemas (*suitable*). Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak *buyer* dari Yogya Riau Junction diperoleh informasi bahwa hingga saat ini tingkat penjualan dari susu kedelai Yun Yi masih belum mampu mencapai peringkat lima besar dari sekitar 30 merek yang ada. Bahkan susu kedelai Yun Yi cenderung menempati posisi terbawah. Hal ini dipicu oleh tampilan kemasan dari susu kedelai Yun Yi yang kurang mampu menarik perhatian konsumen. Penjualan dari susu kedelai Yun Yi di Yogya Riau Junction setiap bulannya masih belum mampu menembus angka 100.

Di antara beberapa kompetitor susu kedelai yang dijual di toserba yang sama, dipilih tiga buah kompetitor yang memiliki tampilan kemasan berbeda yaitu Cimory, Naraya, dan Soyup dimana masing-masing produk memiliki ciri khas kemasan sendiri baik dari segi warna kemasan maupun bentuk kemasan. Ketiga

kompetitor ini dipilih berdasarkan kemiripan volum isi bersih yaitu berada di kisaran 300-320 mililiter. Selain itu, pemilihan ketiga kompetitor tersebut juga didasarkan pada kemiripan bentuk kemasan yang rencananya akan digunakan oleh susu kedelai Yun Yi yaitu dalam bentuk kemasan botol plastik. Rentang harga jual dari masing-masing produk juga tidak terlalu jauh terutama dengan susu kedelai Yun Yi sebagai objek penelitian, sehingga target pasar yang dituju oleh keempat produk sama.



Gambar 1.2 Kemasan Susu Kedelai Cimory

Pada Gambar 1.2 dapat dilihat bahwa susu kedelai Cimory menggunakan jenis kemasan botol plastik dengan warna hijau muda sebagai warna dominan kemasan. Kemasan susu kedelai Cimory memiliki ciri khas ukuran mulut botol yang cukup besar serta bentuk badan botol yang sedikit melekok. Susu kedelai Cimory memiliki berat bersih isi sebesar 300 mililiter. Harga jual dari susu kedelai Cimory adalah Rp7,900 (pengamatan pada tanggal 14 Februari 2018 di Toserba Yogya Cabang Riau Junction, Bandung). Kemasan susu kedelai Cimory memiliki kelebihan dari segi warna yang cerah serta bentuk botol yang agak melekok sehingga tampak nyaman untuk dipegang. Penggunaan warna hijau pada kemasan mampu memunculkan kesan cerah dan sehat meskipun cenderung kurang sesuai dalam menggambarkan produk susu kedelai. Selain itu, ukuran mulut botol juga agak besar jika dibandingkan dengan botol minuman pada umumnya. Hal ini dapat menjadi kendala ketika konsumen hendak meminum susu kedelai Yun Yi sambil berjalan (misal saat terburu-buru) atau sambil melakukan aktivitas lain.



Gambar I.3 Kemasan Susu Kedelai Naraya

Pada Gambar I.3 dapat dilihat bahwa susu kedelai Naraya menggunakan jenis kemasan botol plastik dengan warna kuning muda sebagai warna dominan pada plastik kemasan yang mengelilingi permukaan bagian atas badan botol, dan warna putih untuk bagian tutup kemasan. Susu kedelai Naraya memiliki berat bersih isi sebesar 320 mililiter. Harga jual dari susu kedelai Naraya adalah Rp5,250 (pengamatan pada tanggal 14 Februari 2018 di Toserba Yogya Cabang Riau Junction, Bandung). Kemasan susu kedelai Naraya memiliki kelebihan dari segi ukuran mulut botol yang tidak terlalu besar sehingga cocok untuk dikonsumsi dimana saja dan kapan saja. Tetapi penggunaan warna kuning sebagai warna kemasan memunculkan kesan monoton karena memiliki warna yang sama dengan susu kedelai. Secara bentuk, kemasan susu kedelai Naraya tampak nyaman untuk digenggam karena terdapat beberapa bagian yang agak melekuk yang dapat digunakan sebagai *grip* ketika memegang kemasan.



Gambar I.4 Kemasan Susu Kedelai Soyup

Pada Gambar I.4 dapat dilihat bahwa susu kedelai Soyup menggunakan jenis kemasan botol plastik dengan warna dominan kemasan yaitu warna putih yang dikombinasikan dengan sedikit warna biru muda pada bagian bawah kemasan dan tutup botol. Serupa dengan kemasan Cimory, kemasan susu kedelai Soyup memiliki ukuran mulut botol yang cukup besar namun kemasan dari susu kedelai Soyup memiliki ciri khas bentuk yang melekok pada bagian badan botol dan lebih menggebu dibandingkan dengan kemasan lainnya. Susu kedelai Soyup memiliki berat bersih isi sebesar 310 mililiter. Harga jual dari susu kedelai Soyup adalah Rp7,950 (pengamatan pada tanggal 14 Februari 2018 di Toserba Yogya Cabang Riau Junction, Bandung). Kemasan dari susu kedelai SoyUp memiliki kelebihan dari segi perpaduan warna biru dan putih pada kemasan yang mampu memunculkan kesan elegan. Selain itu penggunaan jenis *font* pada bagian depan kemasan juga tidak membosankan, serta dilengkapi dengan gambar kacang kedelai sehingga identitas produk benar-benar dapat tercermin dari kemasan.

Kemasan merupakan salah satu aspek yang penting dalam pemasaran suatu produk terutama makanan dan minuman. Pada pemasaran secara *offline*, kemasan menjadi aspek yang penting dalam menarik perhatian konsumen karena karakteristik utama kemasan sebagai "*salesman on the shelf*" akan meningkat (Silayoi dan Speece, 2004). Kemasan yang dipajang pada rak akan mempengaruhi proses keputusan dari konsumen untuk memilih produk tertentu karena kemasan tersebut langsung berhadapan dengan konsumen. Kemasan yang baik akan menarik emosi positif konsumen dan mendorong konsumen untuk memilih produk tersebut atau dengan kata lain kemasan berperan sebagai iklan singkat dari suatu produk (Kotler dan Keller, 2012). Kemasan merupakan faktor penting dalam proses pembuatan keputusan karena merupakan cara untuk mengkomunikasikan sebuah produk pada konsumen. Penilaian kualitas dari suatu produk sebagian besar dipengaruhi oleh karakteristik produk yang tercermin oleh kemasan produk tersebut (Silayoi dan Speece, 2004). Kemasan juga mempengaruhi pengalaman konsumen selanjutnya ketika mereka membuka kemasan dan menggunakan produk di rumah (Kotler dan Keller, 2012). Kemasan yang efektif harus mampu melakukan banyak tugas penjualan seperti menarik perhatian, mendeskripsikan fitur dari produk, menciptakan kepercayaan diri pada konsumen, dan menciptakan kesan yang baik secara keseluruhan (Kotler dan

Keller, 2012). Menurut Cheryl Swanson, CEO dari Toniq, New York dalam *Packaging Design Workbook* (DuPuis dan Silva, 2008) desain kemasan yang baik akan menimbulkan rasa gembira dan senang pada konsumen yang membelinya.

Setelah dilakukan observasi terhadap objek penelitian serta studi literatur mengenai kemasan yang baik, selanjutnya dilakukan observasi terhadap beberapa responden untuk mengetahui hasil evaluasi dan pendapat mereka mengenai kemasan awal susu kedelai Yun Yi serta untuk mengetahui apakah kemasan dari susu kedelai Yun Yi yang ada saat ini telah memenuhi kriteria kemasan yang baik atau belum. Observasi terhadap beberapa responden dilakukan dalam bentuk *Focus Group Discussion* (FGD) yang terbagi menjadi dua *batch* dimana masing-masing *batch* terdiri dari lima orang responden. Kegiatan FGD dihentikan sampai *batch* kedua karena tidak terjadi penambahan informasi yang diperoleh (Paramita dan Kristiana, 2013), sementara jumlah anggota pada masing-masing *batch* hanya terdiri dari lima orang karena merupakan jumlah peserta optimum (Twinn, 1998; Afiyanti, 2008; dan Herdiansyah, 2010 dalam APB Indonesia, n.d.). Metode FGD dipilih karena mempertimbangkan faktor cakupan informasi yang dapat diperoleh lebih luas daripada pengumpulan informasi melalui metode wawancara konvensional. Responden yang dipilih adalah pria dan wanita dengan rentang usia dewasa (17-40 tahun). Pemilihan responden ini didasarkan pada hasil studi literatur yang menyatakan bahwa susu kedelai kurang cocok dikonsumsi untuk anak kecil dan lansia, serta disesuaikan dengan target konsumen dari susu kedelai Yun Yi yang berada pada rentang usia 17-40 tahun. Pada kegiatan observasi awal, digunakan objek dengan varian rasa *original* untuk menghindari kecenderungan responden dalam memilih berdasarkan varian rasa dan warna susu tertentu sehingga varian rasa *original* dengan warna asli susu kedelai dinilai sebagai alternatif yang paling netral.

Pada bagian awal, responden diminta berpendapat mengenai fungsi kemasan, elemen yang harus ada pada sebuah kemasan, serta persepsi kemasan yang menarik menurut sudut pandang masing-masing. Tujuan utama dilakukannya FGD adalah untuk mengetahui pandangan responden terhadap kemasan susu kedelai Yun Yi serta posisi susu kedelai Yun Yi pada preferensi responden dilihat dari aspek kemasan jika dibandingkan dengan kompetitor

sejenis. Namun beberapa pertanyaan pembuka diajukan dengan tujuan untuk menggali pemahaman responden terkait topik yang menjadi fokus dilakukannya FGD. Hasil rekapitulasi dari pertanyaan pembuka FGD dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2 Rekapitulasi Hasil Tahapan Awal *Focus Group Discussion*

Fungsi Kemasan	Proteksi (mencegah kontaminasi udara luar)
	Menampung isi kemasan agar tidak tumpah
	Sarana pemasaran (menarik konsumen)
	Pembeda dengan kompetitor lain (karakteristik produsen)
	Mencerminkan kualitas
	Identitas produk
Elemen Kemasan	Tanggal kadaluarsa
	Informasi kandungan gizi
	Manfaat
	Varian rasa
	Lambang halal (khususnya di Indonesia)
	Nomor BPOM
	Cara penggunaan/konsumsi (misal kocok dahulu sebelum diminum)
	Saran penyimpanan (misal tidak boleh terpapar sinar matahari secara langsung)
	Volum ini bersih
	Deskripsi singkat mengenai produk
	Komposisi
	Logo merek
	Warna berbeda untuk mencerminkan rasa tertentu
Kemasan Menarik	Mudah dipegang (ukurannya pas)
	Mudah dibawa
	Dapat digunakan untuk lebih dari satu kali pemakaian
	Mampu menunjukkan kualitas isi yang baik
	Segel kemasan meyakinkan
	Warna dan desain menarik mata
	Memiliki bentuk kemasan yang unik
Kemasan dapat ditutup dan disimpan kembali jika isinya tidak habis dalam satu kali konsumsi	
Kemasan Menarik	Menggunakan bahan yang kokoh (tidak mudah sobek, bocor, rusak, pecah)
	Bagian tutup yang mudah dibuka
	Mencantumkan informasi secara lengkap
	Kemasan yang ergonomis akan memberikan daya tarik tersendiri sebab kemasan akan selalu menimbulkan interaksi dengan manusia sebagai konsumen (dipegang, digenggam) sehingga jika kemasan kurang ergonomis dan menimbulkan rasa kurang nyaman maka akan menimbulkan citra produk yang kurang baik sebab kepuasan konsumen berkurang.

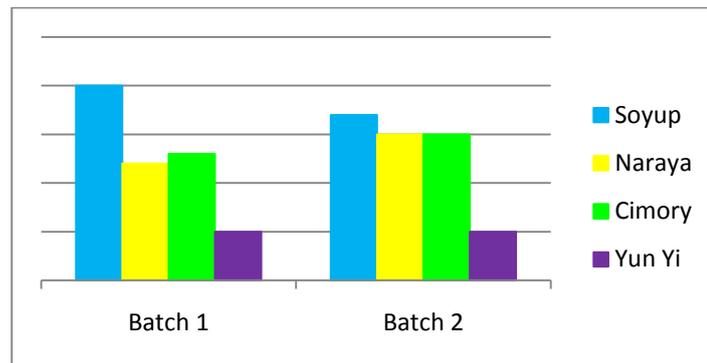
Selain ketiga poin pertanyaan tersebut, responden juga diminta berpendapat mengenai hubungan antara kemasan dengan pemasaran sebuah produk. Hal ini didasarkan pada hasil studi literatur yang menyatakan bahwa

kemasan berpengaruh terhadap pemasaran sebuah produk. Oleh sebab itu dilakukan observasi terhadap responden untuk mengetahui ada atau tidaknya kesadaran responden terhadap hubungan antara kemasan dengan pemasaran sebuah produk. Berdasarkan hasil observasi, seluruh responden menyadari adanya hubungan antara kemasan dengan pemasaran sebuah produk, selain itu responden juga memberikan penjelasan hubungan tersebut berdasarkan pendapat masing-masing. Rekapitulasi penjelasan responden dapat dilihat pada Tabel I.3.

Tabel I.3 Rekapitulasi Hubungan Kemasan dengan Pemasaran Produk

No.	Penjelasan
1.	<p>Pada produk-produk yang termasuk dalam kategori <i>Fast Moving Consumer Goods</i> (FMCG) peran kemasan sangat penting karena siklus penjualan dan pembelian yang cepat.</p> <p>Selain itu produk-produk FMCG tergolong <i>low involvement product</i> dimana resiko dari pembelian produk rendah sehingga pertimbangan konsumen tidak terlalu tinggi (tanpa pemikiran panjang) oleh sebab itu pembelian produk dalam kategori ini biasanya lebih didasarkan pada aspek kemasan.</p> <p>Contoh: saat membeli produk elektronik kemasan tidak menjadi salah satu pertimbangan tapi lain halnya dengan makanan dan minuman dimana peran kemasan sangat penting sebagai media pemasaran.</p>
2.	Kemasan menjadi identitas dari suatu produk yang membedakannya dengan kompetitor sejenis (memiliki ciri khas kemasan).
3.	Kemasan berperan menyampaikan informasi seputar produk.
4.	Kemasan bertugas untuk menarik perhatian konsumen agar membeli produk tersebut ( <i>silent salesman</i> ) dan bahkan melakukan pembelian ulang.
5.	<p>Tampilan kemasan biasanya menunjukkan segmentasi dari target konsumen (kelas) yang ingin dituju oleh produsen.</p> <p>Contoh: kemasan sederhana ditujukan untuk kelas menengah ke bawah sementara kemasan yang terkesan elegan (misal menggunakan botol kaca) biasanya ditujukan untuk kelas menengah ke atas.</p>

Saat membeli produk minuman, seperti susu kedelai di *supermarket*, hal-hal yang menjadi pertimbangan responden saat membeli adalah tampilan kemasan yang menarik, kemasan dapat dipakai ulang untuk fungsi lain, varian rasa, kualitas yang tampak, seandainya minuman tidak habis maka kemasan masih dapat disimpan lagi (tidak seperti bentuk gelas segel), proteksi kemasan (tidak mudah tumpah dan bocor). Selain itu, responden juga diminta untuk mengurutkan preferensi mereka terhadap berbagai susu kedelai yang ada yaitu Cimory, Yun Yi, Soyup, dan Naraya berdasarkan pada aspek kemasan. Hasil rekapitulasi urutan preferensi rata-rata responden pada masing-masing *batch* dapat dilihat pada Gambar I.5.



Gambar I.5 Urutan Preferensi Kemasan Susu Kedelai

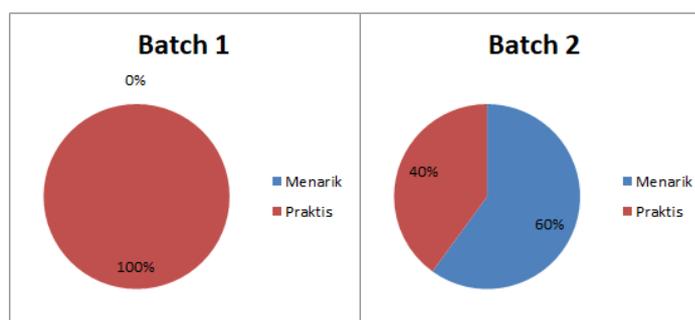
Pada *batch* pertama maupun kedua rata-rata responden menempatkan Soyup pada urutan pertama. Berdasarkan pendapat para responden, pemilihan Soyup pada urutan pertama didasarkan pada tampilan kemasan yang menarik baik dari segi warna maupun bentuk kemasan. Perpaduan warna biru dan putih sebagai warna kemasan dinilai sangat sesuai untuk menggambarkan produk susu kedelai dan mampu untuk memunculkan kesan elegan. Bentuk dari kemasan Soyup dinilai nyaman digenggam serta mudah dibawa berpergian terutama jika susu kedelai Soyup tidak habis dalam sekali minum maka susu kedelai tersebut masih dapat disimpan lagi. Kemasan dari Soyup juga memberikan citra kualitas yang terjamin bagi konsumen sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli.

Pada urutan kedua, terdapat perbedaan antara *batch* pertama dengan *batch* kedua. Pada *batch* pertama, posisi kedua ditempati oleh Cimory. Sementara pada *batch* kedua, Cimory dan Naraya sama-sama menempati posisi kedua. Pemilihan Cimory pada posisi kedua didasarkan pada penggunaan warna hijau pada kemasan yang terkesan cerah sehingga menarik perhatian konsumen serta warna hijau memberikan kesan minuman sehat dan menyegarkan. Selain itu ukuran mulut botol dari kemasan Cimory yang cukup besar juga memberikan nilai lebih karena akan terasa lebih nyaman saat meminum isinya. Sementara penempatan Naraya pada posisi kedua berbarengan dengan Cimory didasarkan pada pandangan beberapa responden yang menilai bahwa penggunaan warna hijau pada kemasan susu kedelai dinilai kurang cocok dan kurang menggambarkan produk susu kedelai. Pada posisi terakhir, seluruh responden pada *batch* pertama maupun kedua memilih Yun Yi. Hal ini didasarkan pada berbagai alasan yang dapat dilihat pada Tabel I.4.

Tabel I.4 Rekapitulasi Pendapat Responden Terhadap Kemasan Susu Kedelai Yun Yi

No.	Pendapat
1.	Kemasan kurang mampu mencerminkan kualitas produk yang baik, tidak sesuai dengan harga jual.
2.	Kemasan kurang menjual untuk sebuah produk yang dijual di pasar swalayan karena terlalu sederhana dan terkesan murahan.
3.	Penggunaan gelas plastik yang ditutup segel sebagai kemasan kurang dapat memberikan fungsi proteksi yang baik bagi produk karena besar kemungkinan segel tersebut kurang rapat dan menimbulkan masuknya udara serta kebocoran produk.
4.	Produk harus habis dalam sekali minum karena kemasan tidak dapat ditutup dan disimpan kembali. Jika tidak habis dalam sekali minum dan dibiarkan maka produk dapat dengan mudah terpapar bakteri.
5.	Produk mudah terpapar bakteri jika tidak habis dalam sekali minum sebab tidak dapat ditutup kembali, sehingga produk jauh dari kesan higienis.
6.	Identitas produk kurang tercermin terutama pada sekeliling kemasan sehingga ketika produk diletakkan pada posisi berdiri di rak pasar swalayan, tidak ada informasi seputar produk yang dapat dilihat secara sekilas. Kecuali pengunjung yang merasa penasaran kemudian mengambil kemasan tersebut dan mencari tahu informasi seputar produk pada bagian atas kemasan.
7.	Orisinalitas produk kurang terjamin karena jenis kemasan yang mudah dipalsukan dan dioplos oleh oknum-oknum tertentu.
8.	Kemasan mudah rusak terutama jika tidak sengaja terjatuh (kurang kokoh).
9.	Sulit dibawa berpergian karena kemasan tidak bisa disimpan dan ditutup kembali jika sudah sekali buka, serta takut mudah bocor.
10.	<i>Volume</i> isi bersih dari susu kedelai tampak sedikit (karena terdapat banyak ruang kosong) sehingga pengunjung akan merasa rugi jika membeli produk tersebut dan akhirnya memilih produk kompetitor padahal <i>volume</i> isi bersih sebenarnya sama. Pengunjung biasanya membandingkan isi berdasarkan tampilan <i>visual</i> semata daripada berdasarkan informasi isi bersih.
11.	Kemasan lebih terasa familiar untuk produk-produk yang dijual di pasar tradisional daripada pasar swalayan.

Responden juga diminta untuk memilih prioritas antara kemasan yang menarik dan kemasan yang praktis. Hal ini bertujuan sebagai bahan pertimbangan dalam perancangan kemasan nantinya serta sebagai salah satu dasar dalam mempertimbangkan metode perancangan yang sesuai. Hasil pemilihan dari masing-masing *batch* dapat dilihat pada Gambar I.6.



Gambar I.6 Prioritas Antara Kemasan Menarik dan Kemasan Praktis

Seluruh responden pada *batch* pertama lebih mengutamakan kemasan yang praktis (mudah dibawa, digenggam, ringan, dan sebagainya) daripada kemasan yang menarik. Sementara responden pada *batch* kedua terbagi menjadi dua pandangan yaitu 2 orang lebih mengutamakan kemasan menarik sementara 3 orang lebih mengutamakan kemasan praktis. Alasan pemilihan masing-masing prioritas dirangkum pada Tabel I.5.

Tabel I.5 Rekapitulasi Alasan Pemilihan Prioritas

	Alasan
Praktis	Kemasan yang rumit dan memiliki bentuk aneh akan menimbulkan kesulitan saat digenggam dan dibawa.
	Kemasan akan selalu berinteraksi dengan konsumen dalam penggunaannya apalagi untuk produk minuman seperti susu kedelai tentunya kemasan yang mudah dibawa, nyaman digenggam sangat penting.
Menarik	Saat pembelian pertama kemasan yang menarik akan memberi nilai tambah tersendiri bagi konsumen terutama agar konsumen tertarik untuk memilih produk tersebut dibanding yang lain.
	Kemasan yang menarik (misal lucu) akan memberikan rasa senang saat membeli. Sekalipun seandainya rasanya ga terlalu istimewa tapi setidaknya kalau kemasannya menarik tidak akan kecewa.
	Kemasan produk yang menarik khususnya untuk produk minuman, dapat digunakan kembali untuk fungsi lain (misal pajangan) setelah isinya habis dikonsumsi.

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dalam merancang sebuah kemasan produk yang mampu menimbulkan emosi yang positif dari pengguna. Masing-masing metode memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, tidak ada metode yang betul-betul sempurna. Perbandingan dari masing-masing metode dapat dilihat pada Tabel I.6. Berdasarkan hasil perbandingan masing-masing metode dan pertimbangan tertentu (salah satunya dari hasil FGD), metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling* dirasakan sebagai metode yang paling sesuai untuk perancangan ulang kemasan susu kedelai Yun Yi. Alasan pemilihan metode ini adalah:

1. Daya tarik kemasan tidak hanya terdiri dari daya tarik secara visual (estetika) semata tapi juga daya tarik praktis (fungsional) seperti nyaman digenggam, mudah dibawa, tidak mudah bocor, mampu melindungi isi, mampu mencerminkan kualitas minuman yang baik, dan sebagainya (Cenadi, 2000).
2. Metode ini menggunakan lembar kuesioner sehingga penelitian dilakukan secara lebih terarah dan sistematis.

3. Metode ini merupakan penggabungan antara metode kualitatif dengan kuantitatif. Metode kualitatif memiliki keunggulan yaitu informasi yang diperoleh dari responden dapat diteliti secara lebih mendalam serta data yang diperoleh sesuai dengan fakta karena diungkapkan sendiri oleh responden. Sementara, metode kuantitatif memiliki keunggulan yaitu proses yang berjalan lebih sistematis, bersifat objektif, serta menggunakan angka tertentu sehingga bersifat lebih akurat. Kebanyakan metode yang dapat digunakan untuk perancangan kemasan hanya bersifat kualitatif atau kuantitatif semata, bukan gabungan antara keduanya. Sehingga dengan penggabungan metode kualitatif dan kuantitatif, akan diperoleh hasil yang lebih baik karena kekurangan metode yang satu dapat ditutupi oleh metode yang lain.
4. Melalui penggunaan kedua metode ini, informasi yang diperoleh tidak hanya terbatas pada penilaian baik buruknya sebuah kemasan. Tapi lebih jauh lagi, dapat diperoleh informasi mengenai alasan yang mendasari penilaian baik buruknya sebuah kemasan.
5. Kedua metode ini mengkondisikan responden dalam kondisi yang serba terbatas terutama dari segi waktu. Hal ini tentu sangat sesuai dengan kondisi nyata dari pengunjung *supermarket* yang biasanya hanya melihat produk yang dipajang pada rak terutama makanan ringan dan minuman, secara sekilas saja. Dengan demikian, hasil rancangan kemasan yang nantinya dibuat diharapkan benar-benar mampu menarik perhatian pengunjung *supermarket* dalam artian positif agar tertarik untuk membeli susu kedelai Yun Yi karena ditunjang oleh tampilan kemasan yang menarik.

Tabel I.6 Perbandingan Metode Perancangan Kemasan

Metode	Penjelasan	Referensi
<i>Eye Tracking</i>	Membaca pergerakan mata responden terhadap sebuah gambar di komputer	Tobii Technology (2008); Duchowksi (2007).
<i>Kansei</i>	Menterjemahkan kata-kata opini responden terkait sebuah produk menjadi faktor dalam desain produk selanjutnya.	Barnes, Childs, Henson, dan Liliford (2008); Pitaktiratham, Sinlan, Anuntavoranich, dan Sinthupinyo (2012).

<i>Choice Based Conjoint Analysis</i>	Metode untuk memahami proses pengambilan keputusan dan memprediksi perilaku pasar.	Silayoi dan Speece (2007); Rao (2014).
<i>Product Emotion</i>	Digunakan untuk mengukur respons emosional (positif dan negatif) responden terhadap suatu produk secara <i>non-verbal</i> .	Desmet (2003).
<i>Participatory Design</i>	Melibatkan calon pengguna dalam proses perancangan, menemukan masalah lalu bersama-sama mencari solusinya untuk menciptakan suatu <i>interface</i> yang nyaman bagi pengguna.	Danielsson dan Wiberg (2006); Brosnan, Parson, Good, dan Yuill (2016).

(lanjut)

Tabel I.6 Perbandingan Metode Perancangan Kemasan (lanjutan)

Metode	Penjelasan	Referensi
<i>Visual Product Evaluation</i>	Partisipan diminta mengevaluasi produk dalam waktu yang terbatas (biasanya 5 menit per produk) dan kondisi yang terbatas pula (hanya tersedia informasi <i>visual</i> berupa gambar dua dimensi dari produk)	Brusseberg dan McDonagh-Philip (2001); Brusseberg dan McDonagh (2002); McDonagh, Brusseberg dan Haslam (2002)
<i>Product Handling</i>	Menangkap <i>feedback</i> secara langsung berkaitan dengan fungsionalitas yang dirasakan oleh partisipan terkait sampel produk.	Brusseberg dan McDonagh-Philip (2001); Brusseberg dan McDonagh (2002)

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana evaluasi terhadap kemasan awal susu kedelai Yun Yi dengan menggunakan metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*?
2. Bagaimana hasil rancangan kemasan usulan awal susu kedelai Yun Yi dengan menggunakan metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*?
3. Bagaimana hasil evaluasi terhadap rancangan kemasan usulan awal susu kedelai Yun Yi dengan menggunakan metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*?
4. Bagaimana hasil rancangan kemasan usulan akhir dari susu kedelai Yun Yi berdasarkan hasil evaluasi terhadap rancangan kemasan usulan awal, dengan menggunakan metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*?

### I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan beberapa batasan masalah yang bertujuan untuk mempersempit ruang lingkup penelitian agar tidak terlalu kompleks dan dapat difokuskan pada aspek tertentu. Batasan masalah yang digunakan pada penelitian terhadap kemasan susu kedelai Yun Yi adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada responden dengan rentang usia 17 sampai 40 tahun.
2. Perancangan kemasan hanya sampai tahapan rancangan desain industri dan tidak sampai pada tahap implementasi hasil rancangan.
3. Jenis *prototype* yang dihasilkan adalah *medium fidelity*.
4. Strategi pemasaran yang digunakan oleh produsen susu kedelai Yun Yi tidak dipertimbangkan.

Selain batasan masalah, pada penelitian ini juga digunakan beberapa asumsi penelitian. Asumsi penelitian digunakan dengan tujuan untuk mempermudah proses penelitian dan pengolahan data pada tahap berikutnya. Asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah bentuk dan tampilan kemasan dari susu kedelai Yun Yi tidak mengalami perubahan selama penelitian berlangsung.

### I.4 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan terhadap kemasan susu kedelai Yun Yi memiliki beberapa tujuan. Tujuan yang dimaksud, akan mengarah pada rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini antara lain:

1. Melakukan evaluasi terhadap kemasan awal susu kedelai Yun Yi dengan menggunakan metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*.
2. Memberikan rancangan kemasan usulan awal susu kedelai Yun Yi dengan menggunakan metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*.
3. Melakukan evaluasi terhadap rancangan kemasan usulan awal susu kedelai Yun Yi dengan menggunakan metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*.

4. Memberikan rancangan kemasan usulan akhir susu kedelai Yun Yi berdasarkan hasil evaluasi rancangan kemasan usulan awal, dengan menggunakan metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*.

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

Penelitian yang dilakukan terhadap kemasan susu kedelai Yun Yi diharapkan dapat memberikan manfaat, baik untuk saat ini maupun jangka panjang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait terutama pabrik tahu Yun Yi selaku pemilik masalah dan pengambil keputusan. Adapun manfaat penelitian ini bagi pabrik tahu Yun Yi adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh hasil evaluasi terhadap kemasan awal susu kedelai Yun Yi dengan menggunakan metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*.
2. Memperoleh rancangan usulan kemasan susu kedelai Yun Yi dengan menggunakan metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*.

Selain membawa manfaat bagi perusahaan, penelitian ini juga diharapkan dapat memberi manfaat bagi penulis. Adapun manfaat dari penelitian ini terhadap penulis adalah sebagai berikut:

1. Menambah pengetahuan penulis mengenai perancangan kemasan terutama metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*.
2. Menambah pengalaman penulis di bidang penelitian.

### **I.6 Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian terdiri dari tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian terhadap kemasan susu kedelai Yun Yi untuk memecahkan permasalahan yang ada dan mencapai tujuan yang diinginkan. Pemilihan metodologi merupakan tahap yang penting dan harus dilakukan secara tepat agar proses penelitian dapat berjalan dengan lancar dan dapat mencapai tujuan sesuai dengan yang diharapkan. Agar dapat mempermudah pembacaan, berikut ini disajikan metodologi penelitian dalam bentuk diagram aliran yang dapat dilihat pada Gambar I.7. Penjelasan dari masing-masing tahapan tersebut adalah sebagai berikut.

### **I.6.1 Penentuan Objek Penelitian**

Objek penelitian yang dipilih adalah kemasan susu kedelai Yun Yi yang merupakan produk UMKM. Susu kedelai Yun Yi merupakan salah satu produk hasil olahan kacang kedelai dari pabrik tahu Yun Yi yang berlokasi di kota Bandung. Penentuan objek penelitian dilakukan berdasarkan hasil observasi di sebuah toserba di Jalan Riau, Kota Bandung. Kemasan susu kedelai Yun Yi dipilih sebagai objek penelitian karena tampilan kemasan yang kurang menonjol dan kurang menjual untuk dipasarkan di pasar swalayan.

### **I.6.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Proses identifikasi masalah diawali dengan kegiatan studi literatur untuk mencari informasi mengenai kriteria kemasan yang baik berdasarkan beberapa referensi. Selanjutnya, dilakukan kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk mengetahui kesan dan penilaian responden mengenai tampilan kemasan awal susu kedelai Yun Yi. Selain itu, kegiatan FGD juga bertujuan untuk menggali informasi mengenai kriteria kemasan yang baik menurut pendapat masing-masing responden. Metode FGD dipilih karena cakupan informasi yang diperoleh lebih luas daripada metode wawancara konvensional. Pada kegiatan FGD biasanya diperoleh informasi yang diluar ekspektasi peneliti sebab pendapat dari satu orang partisipan biasanya membuka ide dari partisipan lainnya sehingga pada akhirnya para partisipan saling mengemukakan pendapat masing-masing dan saling melengkapi pendapat. Kegiatan *Focus Group Discussion* dibagi menjadi dua *batch*. Masing-masing *batch* terdiri dari lima orang.

Responden yang dipilih berada dalam rentang usia dewasa yaitu 17-40 tahun. Hal ini ditentukan berdasarkan beberapa informasi yang menyatakan bahwa susu kedelai kurang cocok dikonsumsi untuk anak-anak dan lansia, serta disesuaikan dengan target konsumen dari susu kedelai Yun Yi yaitu pria dan wanita yang berada pada rentang usia 17-40 tahun. Susu kedelai kurang cocok dikonsumsi untuk anak-anak sebab kandungan nutrisinya kurang mencukupi untuk pertumbuhan anak (Hasim dan Martindah, 2012). Susu kedelai juga kurang cocok untuk dikonsumsi lansia sebab kaum lansia membutuhkan jumlah kalsium yang lebih banyak daripada orang dewasa. Menurut Kalbe (2017, 30 April), pada lansia kebutuhan makronutrisi berkurang tetapi kebutuhan kalsium justru meningkat. Bahkan kebutuhan susu lansia mencapai 200 cc lebih tinggi

daripada kebutuhan pria atau wanita dewasa. Lansia membutuhkan jenis susu khusus yang tinggi kalsium agar kebutuhan kalsiumnya dapat tercukupi. Oleh sebab itu, penggunaan susu kedelai sebagai alternatif susu sapi dalam memenuhi kebutuhan kalsium bagi lansia dinilai kurang sesuai.

Setelah diperoleh informasi mengenai kesan dan penilaian pertama responden saat melihat kemasan awal susu kedelai Yun Yi, kemudian dilakukan perbandingan antara hasil penilaian tersebut dengan kriteria kemasan yang baik menurut literatur dan menurut pendapat responden. Tujuan dari perbandingan ini adalah untuk melihat ada atau tidaknya masalah terkait dengan kemasan awal susu kedelai Yun Yi. Masalah terjadi ketika terdapat celah antara kondisi saat ini (kemasan awal) dengan kondisi ideal (kriteria kemasan yang baik). Setelah masalah teridentifikasi, selanjutnya masalah tersebut dirumuskan menjadi beberapa rumusan masalah yang nantinya akan menjadi inti dari penelitian untuk kemudian dipecahkan solusinya.

### **I.6.3 Studi Literatur**

Studi literatur dilakukan untuk memperoleh landasan teori terkait dengan permasalahan yang ada serta sebagai dasar untuk kegiatan penelitian yang akan dilakukan. Landasan teori yang ada bertujuan untuk membantu peneliti dalam memahami permasalahan yang ada serta proses pengolahan data yang akan dilakukan. Literatur akan memberikan gambaran secara umum mengenai kegiatan penelitian yang akan dilakukan. Literatur yang digunakan antara lain berbentuk buku secara fisik maupun elektronik, jurnal, serta artikel.

### **I.6.4 Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi**

Setelah diperoleh rumusan masalah yang terjadi pada objek selanjutnya dapat ditentukan penelitian yang sesuai agar dapat memecahkan masalah yang ada. Namun sebelum penelitian lebih lanjut dilakukan, terlebih dahulu perlu ditentukan batasan masalah dan asumsi yang akan digunakan dalam penelitian. Penentuan batasan masalah bertujuan untuk mempersempit ruang lingkup dari penelitian agar tidak terlalu kompleks dan dapat difokuskan pada aspek tertentu. Sementara penentuan asumsi bertujuan untuk mempermudah proses penelitian dan pengolahan data pada tahap berikutnya.

### **I.6.5 Perumusan Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan terhadap kemasan susu kedelai Yun Yi memiliki beberapa tujuan. Tujuan yang dimaksud mengarah pada rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membawa manfaat baik untuk saat ini maupun jangka panjang bagi pihak-pihak terkait.

### **I.6.6 Identifikasi Atribut Kemasan**

Proses identifikasi atribut kemasan dilakukan berdasarkan hasil studi literatur dan wawancara terhadap beberapa responden yang telah ditentukan kriterianya. Studi literatur dilakukan terhadap beberapa sumber dalam bentuk buku, jurnal serta standar (peraturan pemerintah) untuk memperoleh wawasan mengenai atribut yang perlu ada pada sebuah kemasan. Selain itu, dilakukan wawancara terhadap beberapa responden untuk mengetahui atribut kemasan yang akan membuat sebuah kemasan produk semakin bernilai. Proses wawancara diawali dengan menentukan tujuan wawancara, memilih target responden yang sesuai, menyusun daftar pertanyaan dan diakhiri dengan pelaksanaan wawancara. Pertanyaan wawancara yang disusun terdiri dari dua bagian yaitu bagian seleksi (*screening*) dan bagian isi (*content*). Bagian seleksi (*screening*) bertujuan untuk mencari responden yang sesuai, yang dinilai akan memberi informasi yang berguna dan sesuai dengan tujuan wawancara yaitu konsumen yang sering membeli susu kedelai. Bagian isi (*content*) terdiri dari pertanyaan yang merupakan inti dari dilakukannya wawancara yaitu menggali pendapat responden mengenai atribut sebuah kemasan yang mempengaruhi pemilihan responden terhadap produk tertentu serta atribut kemasan yang akan membuat kemasan tersebut semakin bernilai. Informasi atribut kemasan yang akan digali terdiri dari tiga bagian yaitu seleksi (*selection*), pemakaian (*usage*), dan jika ada maka disertai dengan pembuangan (*disposal*). Hasil dari identifikasi atribut kemasan berdasarkan literatur dan wawancara kemudian direkapitulasi dan nantinya akan digunakan untuk menyusun butir pertanyaan lembar kuesioner *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*.

### **I.6.7 Penyusunan Kuesioner *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling***

Berdasarkan hasil identifikasi atribut kemasan, diperoleh informasi mengenai atribut kemasan yang akan membuat kemasan tersebut bernilai. Informasi ini digunakan untuk menyusun butir pertanyaan pada lembar kuesioner *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*. Setelah masing-masing lembar kuesioner disusun, selanjutnya dilakukan kegiatan *pre-test* yang bertujuan untuk menyempurnakan lembar kuesioner yang ada. Berdasarkan hasil *pre-test* nantinya akan dihasilkan lembar kuesioner akhir yang merupakan hasil revisi dari lembar kuesioner awal.

### **I.6.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuesioner**

Setelah lembar kuesioner *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling* selesai disusun, selanjutnya dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas sebab instrumen yang digunakan merupakan hasil rancangan sendiri. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur dan melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan akan memberikan data yang sama bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama (menunjukkan konsistensi dan stabilitas). Uji validitas dan reliabilitas untuk setiap butir pertanyaan pada masing-masing *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling* dilakukan secara terpisah. Instrumen pada sebuah penelitian yang tidak diuji validitas dan reliabilitasnya hanya akan memberikan hasil yang sulit dipercaya kebenarannya.

### **I.6.9 Pengumpulan Data *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling***

Setelah masing-masing butir pertanyaan pada lembar kuesioner *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling* terbukti *valid* dan *reliable* selanjutnya lembar kuesioner tersebut dapat disebarakan pada responden untuk dikumpulkan datanya. Responden pada pengumpulan data *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling* terdiri dari responden yang sudah berpengalaman terhadap susu kedelai (pernah/sering membeli) dan responden baru yang belum pernah membeli susu kedelai. Pada metode *Visual Product Evaluation*, responden

diminta untuk mengevaluasi kemasan produk dalam waktu yang terbatas berdasarkan tampilan kemasan. Sementara pada metode *Product Handling*, responden diminta untuk melakukan evaluasi secara cepat terhadap kemasan dengan memperkirakan kenyamanan fungsi dari kemasan. Data yang diperoleh merupakan gabungan data kualitatif dan kuantitatif yang nantinya akan diolah lebih lanjut.

#### **I.6.10 Pengolahan Data *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling***

Data yang diperoleh dari lembar kuesioner *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling* terdiri dari data kuantitatif (skor hasil skala *Likert*) dan data kualitatif (komentar responden terkait aspek tertentu dari kemasan). Kedua jenis data ini kemudian diolah secara terpisah. Pengolahan data *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling* juga dilakukan secara terpisah. Data kuantitatif hasil penilaian responden kemudian diolah dengan menghitung nilai rata-rata untuk setiap aspek dari kemasan yang ada. Nilai rata-rata yang diperoleh nantinya akan dibandingkan dengan nilai rata-rata hasil rancangan kemasan usulan, untuk melihat apakah terjadi peningkatan nilai rata-rata pada setiap aspek atau tidak. Selain itu, dalam proses evaluasi rancangan kemasan usulan, nilai rata-rata ini berguna sebagai salah satu penentu dalam menentukan alternatif rancangan kemasan usulan terpilih.

Berbeda dengan data kuantitatif, data kualitatif yang diperoleh dari lembar kuesioner diolah dengan mengelompokkan komentar yang ada menjadi komentar positif dan negatif. Pengelompokkan komentar responden menjadi komentar positif dan negatif bertujuan untuk memudahkan proses evaluasi kemasan awal oleh peneliti agar nantinya dapat dihasilkan suatu rancangan kemasan yang lebih baik. Komentar positif bertujuan untuk mengetahui aspek apa saja dari kemasan yang perlu tetap dipertahankan dalam rancangan kemasan usulan nantinya. Sementara komentar negatif bertujuan untuk mengetahui aspek apa saja dari kemasan yang perlu diperbaiki sehingga peneliti memiliki kesempatan untuk menghasilkan suatu rancangan kemasan yang lebih baik dari kondisi kemasan awal.

### **I.6.11 Pengembangan Rancangan Kemasan**

Setelah diperoleh hasil pengolahan data pada metode *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*, selanjutnya dapat dilakukan pengembangan rancangan kemasan. Rancangan kemasan yang diusulkan harus disesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang diperoleh berdasarkan hasil pengolahan data. Proses pengembangan rancangan kemasan ini bertujuan untuk menghasilkan suatu rancangan kemasan usulan yang dapat meningkatkan daya tarik susu kedelai Yun Yi di mata konsumen. Pada proses pengembangan rancangan kemasan, akan dihasilkan beberapa alternatif rancangan label kemasan serta beberapa alternatif bentuk kemasan (botol) yang kemudian akan saling dikombinasikan agar nantinya dapat dihasilkan beberapa alternatif rancangan kemasan usulan untuk dievaluasi dan dipilih.

### **I.6.12 Evaluasi Kemasan Usulan**

Setelah dihasilkan beberapa alternatif rancangan kemasan usulan, selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap masing-masing alternatif hasil rancangan kemasan usulan tersebut. Evaluasi dilakukan dengan menyebarkan kembali lembar kuesioner *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling* kepada responden yang sama seperti pada tahapan awal. Tujuan dari kegiatan evaluasi rancangan kemasan usulan adalah untuk mengetahui apakah hasil rancangan kemasan usulan telah berhasil memenuhi kriteria serta mewakili persepsi dari responden sebagai pengguna, atau tidak. Selain itu, evaluasi kemasan usulan juga bertujuan untuk menentukan alternatif rancangan kemasan usulan terpilih.

### **I.6.13 Perancangan Kemasan Usulan Akhir**

Hasil evaluasi rancangan kemasan usulan awal kemudian digunakan untuk menentukan alternatif rancangan kemasan usulan terpilih. Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata dari masing-masing aspek kemasan untuk setiap alternatif rancangan, selanjutnya dilakukan uji signifikansi antara alternatif rancangan kemasan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi dengan alternatif rancangan kemasan yang memiliki nilai rata-rata kedua tertinggi. Jika terbukti terdapat perbedaan, maka alternatif rancangan kemasan dengan nilai rata-rata tertinggi akan dipilih untuk diterapkan pada rancangan kemasan usulan akhir.

Sementara jika tidak terbukti terdapat perbedaan, maka kedua alternatif rancangan kemasan usulan akan dikombinasikan dalam rancangan kemasan usulan akhir. Selain menggunakan data kuantitatif dari hasil evaluasi rancangan kemasan usulan awal, pembuatan rancangan kemasan usulan akhir juga mempertimbangkan data kualitatif yang diperoleh dari hasil evaluasi rancangan kemasan usulan. Data kualitatif yang dimaksud adalah masukan dari responden terkait dengan setiap alternatif rancangan kemasan awal yang telah dihasilkan. Pada akhirnya, akan dihasilkan sebuah hasil rancangan kemasan usulan akhir.

#### **I.6.14 Kesimpulan dan Saran**

Tahap terakhir yang dilakukan pada penelitian ini adalah penarikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi gambaran mengenai seluruh rangkaian kegiatan penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan yang ditarik akan menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan pada tahap awal penelitian. Saran yang diberikan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk direalisasikan serta dapat membawa perbaikan baik untuk kondisi perusahaan maupun penelitian saat ini.

#### **I.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan merupakan penjelasan mengenai gambaran dari hal-hal yang akan ditulis pada laporan penelitian skripsi ini. Penulisan laporan skripsi dengan judul “Perancangan Ulang Kemasan Susu Kedelai Yun Yi Berdasarkan *Visual Product Evaluation* Dan *Product Handling*” akan terbagi menjadi lima bab mulai dari pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, evaluasi rancangan kemasan usulan dan analisis, hingga kesimpulan dan saran. Penjelasan mengenai isi dari masing-masing bab dijabarkan sebagai berikut.

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi pendahuluan yang memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang akan dilakukan. Pembahasan pada bab ini dibagi menjadi beberapa bagian yaitu latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

**2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi kumpulan teori yang diperoleh dari berbagai sumber, terkait dengan permasalahan yang ada serta digunakan sebagai dasar untuk kegiatan penelitian yang akan dilakukan. Landasan teori yang ada bertujuan untuk membantu peneliti dalam memahami permasalahan yang ada serta proses pengolahan data yang akan dilakukan. Literatur yang digunakan antara lain berbentuk buku secara fisik maupun elektronik, jurnal, serta artikel.

**3. BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisi penjelasan mengenai serangkaian kegiatan pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan. Dimulai dari proses identifikasi atribut kemasan yang diperoleh dari kegiatan wawancara. Kemudian dilanjutkan dengan penyusunan lembar kuesioner untuk *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*. Lembar kuesioner yang dihasilkan kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya untuk masing-masing butir pertanyaan. Setelah teruji *valid* dan *reliable* selanjutnya lembar kuesioner disebarakan pada responden yang sesuai kriteria. Data yang diperoleh kemudian diolah lebih lanjut baik untuk data kualitatif maupun data kuantitatif. Hasil pengolahan data ini kemudian digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam perancangan kemasan usulan susu kedelai Yun Yi. Pada bab ini juga akan dibahas mengenai proses pengembangan rancangan kemasan usulan.

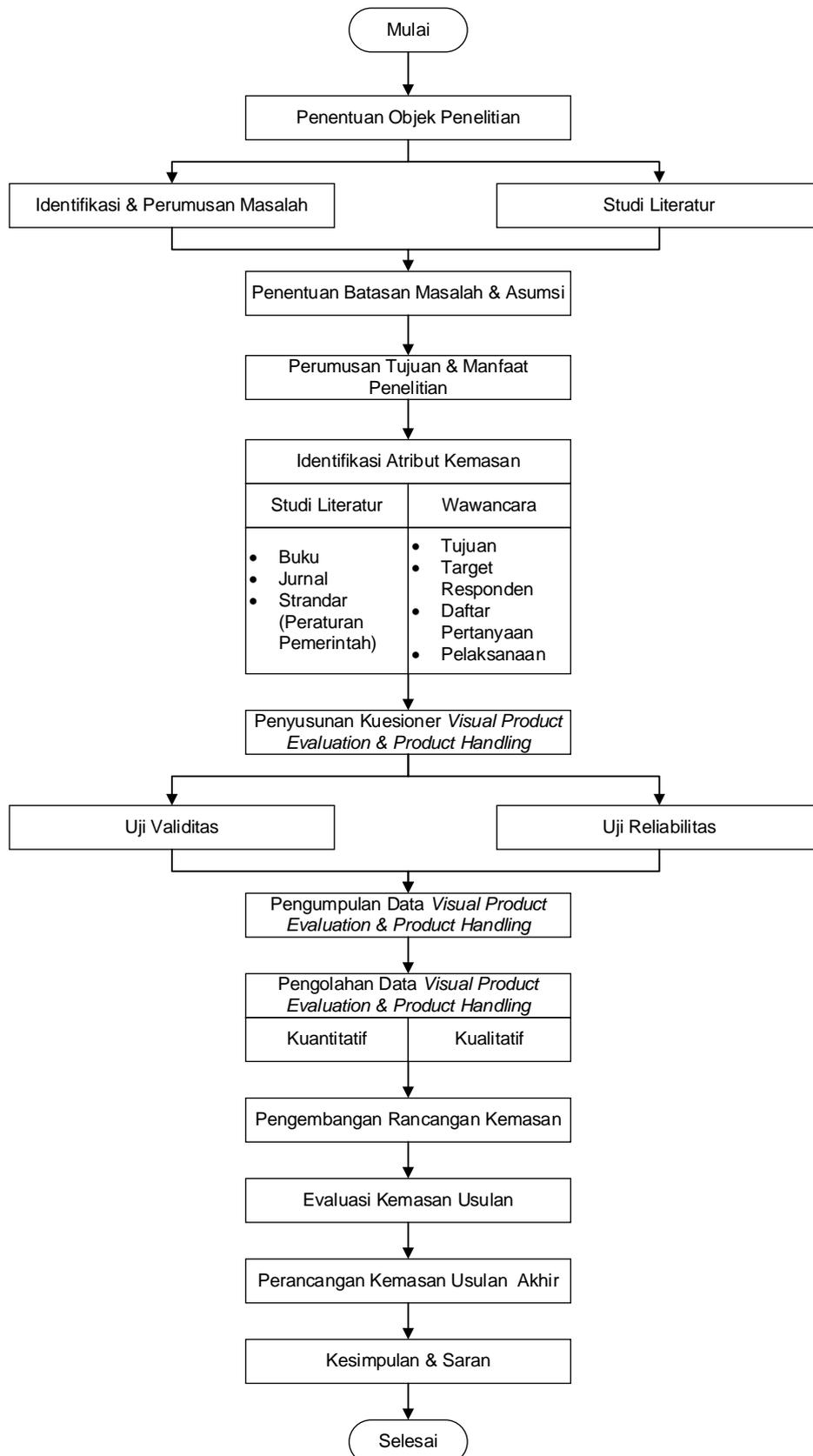
**4. BAB IV EVALUASI RANCANGAN KEMASAN USULAN DAN ANALISIS**

Bab ini menjabarkan proses dan hasil evaluasi dari perancangan kemasan usulan susu kedelai Yun Yi yang telah dibuat berdasarkan hasil pengolahan data *Visual Product Evaluation* dan *Product Handling*. Selain itu, akan dijabarkan pula proses perancangan kemasan usulan akhir serta analisis dari berbagai tahapan yang telah dilakukan selama penelitian berlangsung.

**5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjabarkan kesimpulan dan saran yang dapat ditarik dari serangkaian kegiatan penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan

menggambarkan seluruh rangkaian kegiatan penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan yang ditarik akan menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan pada tahap awal penelitian. Saran yang diberikan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk direalisasikan serta dapat membawa perbaikan baik untuk kondisi perusahaan maupun penelitian di masa mendatang.



Gambar I.7 Metodologi Penelitian