

**PERANCANGAN ULANG KEMASAN *DEVIL CAKE*
HASIL PRODUKSI *BY AL.LURE* DENGAN
METODE *USER CENTERED DESIGN***

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Diah Ayu Wimantika

NPM : 2014610185



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



**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Diah Ayu Wimantika
NPM : 2014610185
Program Studi : Teknik Industri
Judul Skripsi : PERANCANGAN ULANG KEMASAN *DEVIL CAKE* HASIL PRODUKSI *BY ALLURE* DENGAN METODE *USER CENTERED DESIGN*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Juli 2018

Ketua Program Studi Teknik Industri

(Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., MIM)

Dosen Pembimbing

(Kristiana Asih Damayanti, S.T., M.T.)



Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan



Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Diah Ayu Wimantika

NPM : 2014610185

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul :

" Perancangan Ulang Kemasan *Devil Cake* Hasil Produksi *By Al.lure* dengan 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.

Bandung, 23 Juli 2018

Diah Ayu Wimantika

NPM : 2014610185

ABSTRAK

By Al.lure merupakan salah satu UMKM yang terletak di daerah Cimahi, Jawa Barat. *Devil Cake* merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh *By Al.lure*. Dari hasil observasi diperoleh beberapa kompetitor yang menjual produk serupa yaitu *Qiefa Chocomelting Cake*, *Chocolate Whisper Cake* dan *Nieke Cake*. Terdapat beberapa masalah yang diungkapkan konsumen terhadap kemasan *Devil Cake* saat ini diantaranya adalah ukuran kemasan yang terlalu besar sehingga tidak nyaman saat digenggam, sulit dibawa, mudah rusak, tutup kemasan tidak kencang, minim informasi dan lain-lain. Oleh sebab itu, akan dilakukan proses perancangan ulang kemasan *Devil Cake* dengan menggunakan metode *User Centered Design* (UCD).

UCD merupakan proses perancangan yang menjadikan konsumen sebagai fokus utama. Proses perancangan dengan metode UCD mempertimbangkan beberapa faktor kognitif seperti persepsi, *usability* (mudah digunakan), estetika dan lain-lain. Proses perancangan akan mempertimbangkan 7 poin kebutuhan konsumen dengan 24 atribut kemasan. Dari hasil wawancara diperoleh 7 poin kebutuhan kemasan mulai dari kemasan yang mencantumkan informasi lengkap, menarik, anti tumpah hingga nyaman digunakan. Selain itu, dari studi literatur dan wawancara diperoleh 24 atribut kemasan diantaranya segel, kerapatan tutup kemasan, info halal hingga info tanggal hingga kode produksi.

Dari proses perancangan dihasilkan 3 rancangan alternatif kemasan. Masing-masing alternatif kemasan selanjutnya diberikan kepada responden untuk dilakukan penilaian tingkat kepuasan atribut kemasan. Dari hasil kuesioner diperoleh jumlah nilai kepuasan atribut untuk alternatif ke-1 sebesar 98,58, alternatif ke-2 sebesar 101,52, dan alternatif ke-3 sebesar 92,81. Oleh karena itu, usulan rancangan kemasan yang terpilih adalah rancangan alternatif ke-2. Rancangan tersebut selanjutnya disempurnakan dengan mengimplementasikan masukan dari konsumen.

ABSTRACT

'By Al lure' is one of the small medium enterprise which located at Cimahi, West Java. 'Devil Cake' is one of the product produced by 'By Al lure'. Based on the observation, there are competitors who sells similar product like Qiefa chocomelting cake, chocolate whisper cake and Nieke Cake. Various problems regarding the Devil cake were point out by the consumers currently such as the inconvenience in grabbing the over-large size of packaging, unhandy, less-firm lid, minim product information, etc. therefore, the re-design of 'Devil's cake' packaging will be done by using User-Centered Design (UCD) method.

UCD is a design process which put consumers as the main focus. Design process by UCD method consider a few cognitive factors such as perception, usability (easy to use), aesthetic and etc. The process will consider 7 points of consumer's needs with 24 packaging attributes. From the interviews received 7 points which are a packaging that contain complete information of the product, intriguing, anti-spill, and comfortable to use. Beside that, from the literature study and the interview, found another 24 attributes which are sealing, the firmness of the lid, information about 'halal' and expiration date.

Three packaging designs alternative were produced from the design process. Each next packaging alternative were given to the respondecence to assess the packaging attribute's satisfaction degree. From the questionnaire received, the amount of attribute satisfaction received for first alternative were 98,58, second alternative as much as 101,52, and third alternative 92,81. Therefore, second alternative were chosen as the packaging re-design proposal. The design next were perfected by implementing inputs form consumers.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Perancangan Ulang Kemasan *Devil Cake* Hasil Produksi *By Al.lure*”. Tentunya laporan ini tidak dapat selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan kali ini tim penulis secara khusus ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Kristiana Asih Damayanti, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan saran-saran selama proses penelitian ini.
2. Refliana Nurulfa selaku pemilik UMKM *By Al.lure* yang telah memberikan ijin dan masukan kepada selama proses penelitian berlangsung.
3. Yohanes Sinung Nugroho, Y.I.P Arry Miryanti dan Dimas Rimantikto selaku keluarga inti yang telah memberikan doa dan motivasi dalam melakukan setiap kegiatan perkuliahan.
4. Serta teman-teman Teknik Industri UNPAR yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses pengerjaan Skripsi ini

Saya mengetahui dan menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih tidak terdapat kesalahan ataupun kekurangan. Namun Saya berharap semoga laporan yang dibuat ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membacanya.

Bandung, Juli 2018
Diah Ayu Wimantika

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang	I-1
I.2 Identifikasi Masalah	I-5
I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-15
I.4 Tujuan Pelaksanaan Kerja Praktek	I-16
I.5 Manfaat Penelitian	I-16
I.7 Metodologi Penelitian	I-17
I.8 Sistematika Penulisan	I-21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 Pengertian Kemasan	II-1
II.2 Fungsi Kemasan.....	II-2
II.3 Atribut Kemasan	II-2
II.4 Material Kemasan.....	II-7
II.5 Klasifikasi Pengemasan	II-11
II.6 Standar Kemasan.....	II-12
II.7 Desain Label.....	II-13
II.8 Faktor Desain Kemasan	II-15
II.9 <i>User Centered Design</i> (UCD).....	II-17
BAB III PENGUMPULAN DATA DAN PERANCANGAN KEMASAN	
III.1 Identifikasi Kebutuhan Konsumen dan Atribut Kemasan	III-1
III.2 Perancangan Kuesioner	III-5

III.3 Tingkat Kepentingan Atribut Kemasan	III-6
III.4 Evaluasi Kemasan Awal	III-8
III.5 Perancangan Kemasan	III-12
III.5.1 Identifikasi Jenis-Jenis Tutup Kemasan.....	III-13
III.5.2 Perancangan Kemasan Alternatif ke-1	III-18
III.5.3 Perancangan Kemasan Alternatif ke-2	III-25
III.5.4 Perancangan Kemasan Alternatif ke-3	III-29
III.6 Evaluasi Kemasan Usulan	III-34
III.7 Usulan Perbaikan berdasarkan Hasil Evaluasi	III-38

BAB IV ANALISIS

IV.1 Analisis Identifikasi Kebutuhan Konsumen dan Atribut Kemasan.....	IV-1
IV.2 Analisis Perancangan dan Penyebaran Kuesioner	IV-2
IV.3 Analisis Hasil Kuesioner	IV-4
IV.4 Analisis Kemasan Awal	IV-5
IV.5 Perancangan Kemasan.....	IV-6
IV.6 Analisis Kemasan Usulan.....	IV-8

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Ringkasan Wawancara Awal.....	I-9
Tabel I.2 Kelebihan dan Kekurangan Metode Lain	II-10
Tabel III.1 Kriteria Kebutuhan Konsumen.....	III-1
Tabel III.2 Atribut Kemasan	III-2
Tabel III.3 Hasil Kuesioner Awal Tingkat Kepentingan Atribut Kemasan	III-5
Tabel III.4 Rata-Rata Tingkat Kepentingan Atribut Kemasan.....	III-7
Tabel III.5 Tingkat Kepuasan Atribut Kemasan <i>Devil Cake</i>	III-9
Tabel III.6 Spesifikasi Kemasan <i>Devil Cake</i>	III-11
Tabel III.7 Dimensi Tubuh Antropometri Indonesia Usia 20-29 Tahun.....	III-12
Tabel III.8 Waktu Responden Membuka Tutup Kemasan.....	III-15
Tabel III.9 Waktu Responden Menutup Tutup Kemasan.....	III-16
Tabel III.10 Spesifikasi Rancangan Kemasan Alternatif ke-1.....	III-22
Tabel III.11 Spesifikasi Rancangan Kemasan Alternatif ke-2.....	III-27
Tabel III.12 Spesifikasi Rancangan Kemasan Alternatif ke-3.....	III-31
Tabel III.13 Hasil Kuesioner Tingkat Kepuasan Atribut Alternatif Rancangan Kemasan	III-32
Tabel III.14 Kelebihan dan Kekurangan Setiap Alternatif Rancangan Kemasan.....	III-34
Tabel III.15 Hasil Pengujian Kepekaan	III-38
Tabel III.16 Hasil <i>Survey</i> Preferensi Tingkat Kekasaran	III-39
Tabel III.17 Spesifikasi Rancangan Kemasan Usulan.....	III-40
Tabel III.18 Kesesuaian Rancangan Kemasan Usulan	III-43

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Laman Media Sosial Instagram By Al.lure	I-3
Gambar I.2	Desain Kemasan <i>Devil Cake</i> Saat Ini	I-3
Gambar I.3	Desain Kemasan dan Instagram Kompetitor 1 (<i>Qiefa Chocomelting</i>) ..	I-5
Gambar I.4	Desain Kemasan dan Instagram Kompetitor 2 (<i>Chocolate Whisper Cake</i>).....	I-6
Gambar I.5	Desain Kemasan dan Instagram Kompetitor 3 (<i>Nieke Cake</i>).....	I-7
Gambar I.6	Metodologi Penelitian	I-16
Gambar III.1	Jenis Tutup A	III-13
Gambar III.2	Jenis Tutup B	III-13
Gambar III.3	Jenis Tutup C	III-14
Gambar III.4	Jenis Tutup D	III-14
Gambar III.5	Sketsa Rancangan Kemasan Alternatif ke-1 Bagian Depan....	III-19
Gambar III.6	Label Rancangan Kemasan Alternatif ke-1 Bagian Depan	III-20
Gambar III.7	Sketsa Rancangan Kemasan Alternatif ke-1 Bagian Belakang	III-21
Gambar III.8	Label Rancangan Kemasan Alternatif ke-1 Bagian Belakang	III-21
Gambar III.9	Rancangan Kemasan Alternatif ke-1.....	III-23
Gambar III.10	Bagian Bawah Rancangan Kemasan Alternatif ke-1	III-23
Gambar III.11	Sketsa Rancangan Kemasan Alternatif ke-2.....	III-25
Gambar III.12	Label Rancangan Kemasan Alternatif ke-2.....	III-26
Gambar III.13	Rancangan Kemasan Alternatif ke-2.....	III-27
Gambar III.14	Bagian Bawah Rancangan Kemasan Alternatif ke-2	III-28
Gambar III.15	Sketsa Rancangan Kemasan Alternatif ke-3.....	III-30
Gambar III.16	Label Rancangan Kemasan Alternatif ke-3.....	III-30
Gambar III.17	Rancangan Kemasan Alternatif ke-3.....	III-32
Gambar III.18	Label Rancangan Kemasan Usulan.....	III-37
Gambar III.19	Rancangan Kemasan Usulan.....	III-41
Gambar III.20	Lapisan <i>Devil Cake</i>	III-42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Kuesioner Tingkat Kepentingan Atribut Kemasan
- Lampiran B Kuesioner Tingkat Kepuasan Atribut Kemasan Awal
- Lampiran C Kuesioner Penilaian Atribut Kemasan Usulan *Devil Cake*
- Lampiran D Data Antropometri Indonesia Usia 20-29 Tahun
- Lampiran E Data Antropometri Mahasiswa UNPAR
- Lampiran F Data Antropometri Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah dan rumusan masalah. Bab ini juga menguraikan batasan masalah dan asumsi-asumsi yang digunakan selama penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Penjelasan lain yang dibahas pada bab ini adalah metodologi penelitian dan sistematika penulisan dari penelitian yang akan dilakukan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah produk yang bermanfaat bagi manusia akan dicari, dibeli, lalu dikonsumsi atau dimanfaatkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidup. Produk dapat berbentuk barang atau jasa yang di tawarkan oleh penyedia produk atau biasa disebut produsen. Terdapat beberapa tingkatan penyedia produk diantaranya adalah perusahaan besar, perusahaan menengah hingga perusahaan kecil. Dewasa ini, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sedang diminati oleh sebagian besar masyarakat. UMKM banyak diminati masyarakat karena beberapa alasan diantaranya, usaha ini tidak memerlukan modal yang besar, pengusaha dapat menyalurkan ide sesuai dengan minat dan bakat yang dimiliki, pengusaha dapat mengembangkan diri melalui berbagai pengalaman saat merintis UMKM, serta penanganan aspek hukum UMKM yang tidak terlalu rumit.

Tingginya minat masyarakat untuk merintis UMKM juga dibuktikan dengan data yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) mengenai pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia mulai dari tahun 2010 hingga tahun 2016 yang dapat dilihat pada Gambar I.1 berikut. Berdasarkan data yang ditampilkan pada Gambar I.1 dapat dilihat bahwa dari tahun 2010 hingga tahun 2016 jumlah UMKM di Indonesia selalu meningkat. Hal tersebut membuktikan bahwa jumlah masyarakat yang berminat merintis UMKM dari tahun ke tahun terus meningkat. Salah satu dampak positif dari peningkatan jumlah UMKM ini adalah masyarakat mampu menciptakan lapangan kerja bagi lingkungannya.

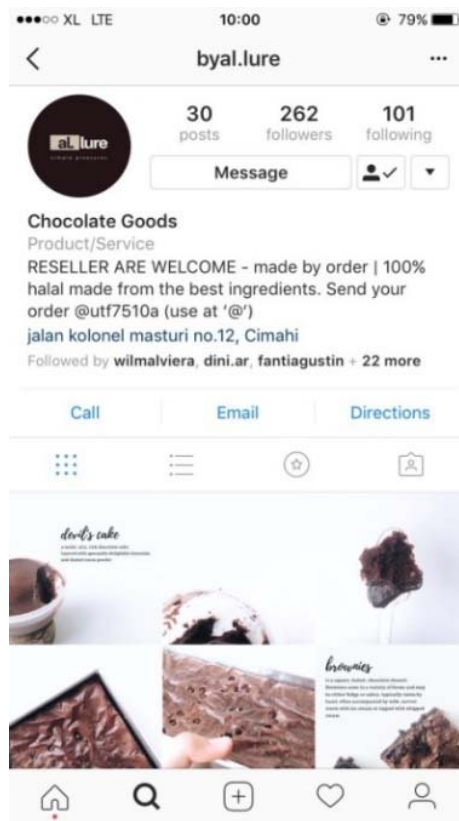


Gambar I.1 Perkembangan Jumlah UMKM di Indonesia
(Sumber: www.depkop.go.id)

Menurut Siregar dalam Warta Ekonomi (9 Oktober 2015), data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2014 menunjukkan Provinsi Jawa Barat berada di peringkat kedua dengan total jumlah UMKM per desa/kelurahan sebanyak 16.405 unit. Jumlah tersebut terbagi ke dalam 4 bagian industri utama yaitu industri makanan dan minuman, industri olahan kayu, industri anyaman, dan industri gerabah/keramik. Industri makanan dan minuman menempati posisi pertama dengan jumlah UMKM sebanyak 4.023 unit, diikuti industri olahan dari kayu dengan jumlah UMKM sebanyak 3.987 unit, industri anyaman dengan jumlah UMKM sebanyak 2.266 unit, industri gerabah/keramik dengan jumlah UMKM sebanyak 1.828 unit, serta industri konveksi dan tenunan dengan jumlah UMKM sebanyak 1.779 unit. Dari data dapat tersebut dapat dilihat bahwa UMKM industri makanan dan minuman menempati peringkat pertama dengan jumlah UMKM terbanyak. Hal tersebut membuktikan bahwa masyarakat memiliki tingkat ketertarikan yang tinggi untuk merintis UMKM industri makanan dan minuman. Pasar yang luas menjadi salah satu alasan para perintis UMKM tertarik untuk ikut bersaing dalam industri makanan dan minuman. Dengan jumlah UMKM industri makanan dan minuman yang besar, dapat ditarik kesimpulan bahwa bisnis UMKM di industri ini memiliki tingkat persaingan yang ketat.

By Al.lure merupakan salah satu UMKM yang terletak di daerah Cimahi, Jawa Barat yang bergerak pada industri makanan dan sudah berdiri sejak tahun 2016. *Devil Cake* merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh *By Al.lure*.

Produk ini hanya memiliki satu varian rasa yaitu rasa coklat. *Devil Cake* terdiri dari 2 lapis kue dengan tekstur yang berbeda. Lapisan pertama merupakan adonan *brownies* coklat sebanyak 100 ml yang dikukus dan lapisan kedua merupakan adonan coklat *fudge* sebanyak 200 ml. Pengemasan *Devil Cake* hanya tersedia dalam satu jenis ukuran kemasan yaitu kemasan dengan kapasitas 400 ml. Keterbatasan rasa dan ukuran kemasan menyebabkan konsumen tidak bisa memilih variasi produk. Usaha yang dilakukan oleh produsen *Devil Cake* untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat berupa promosi dan *open pre-order* melalui media sosial instagram. Hal ini dilakukan pemilik untuk menekan biaya *marketing* produk. Produk lain yang diproduksi oleh *By Al.lure* adalah *brownies* coklat. Selain *Devil Cake* dan *brownies* coklat, untuk *event* tertentu UMKM *By Al.lure* juga menerima pemesanan kue kering dan kue tart. Gambar I.2 merupakan gambar laman media sosial yang digunakan produsen *Devil Cake* untuk melakukan promosi dan menerima pesanan *pre-order* produk *Devil Cake*.



Gambar I.2 Laman Media Sosial Instagram *By Al.lure*

Bahan yang digunakan untuk mengemas produk *Devil Cake* harus tahan terhadap panas (*heat resistant*) karena dalam proses produksi kemasan tersebut ikut dikukus. Kemasan *Devil Cake* juga harus tahan terhadap suhu dingin karena produk ini disimpan di kulkas. Selain itu, tutup kemasan harus rekat karena akan mempengaruhi proses produksi. Gambar desain kemasan produk *Devil Cake* saat ini dapat dilihat pada Gambar 1.3.



Gambar 1.3 Desain Kemasan *Devil Cake* Saat Ini

Dari Gambar 1.3 dapat dilihat kondisi kemasan *Devil Cake* saat ini masih sangat sederhana. Berdasarkan hasil wawancara dengan produsen *Devil Cake*, diperoleh informasi bahwa produsen sedang berusaha mengganti desain kemasan sesuai dengan kebutuhan konsumen sebagai salah satu upaya meningkatkan daya saing produk dan menarik minat konsumen. Produk yang

bernilai dan sesuai dengan kebutuhan konsumen diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk sehingga keuntungan yang diperoleh oleh produsen juga akan meningkat.

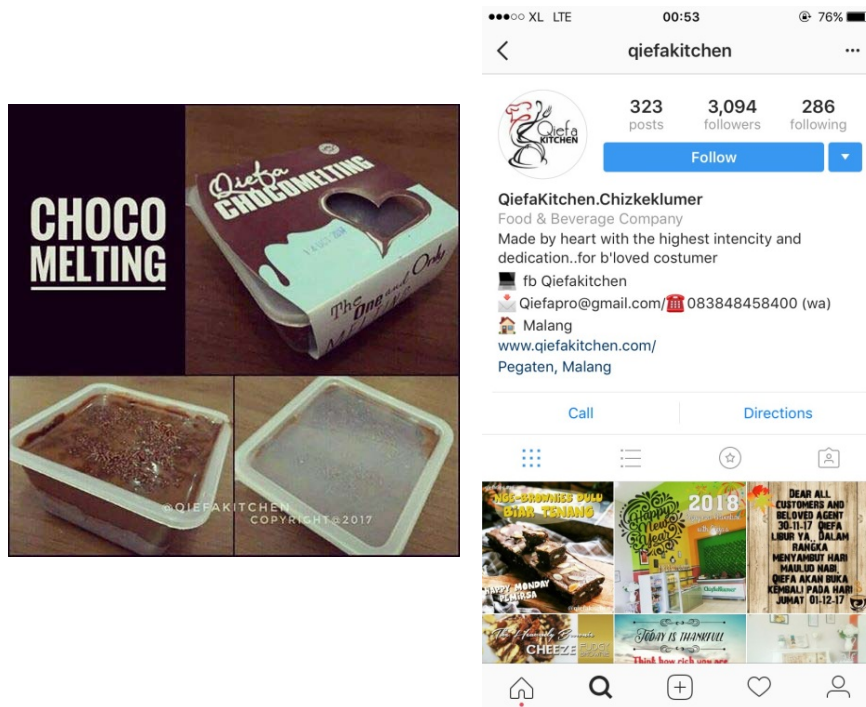
Metode penjualan produk melalui media sosial instagram menyebabkan kemasan menjadi hal penting karena desain kemasan merupakan bagian pertama yang berhadapan dengan konsumen. Maka, kemasan menjadi pertimbangan utama dalam pembelian karena konsumen tidak dapat mencoba atau meminta *tester* terlebih dahulu untuk mengetahui kualitas produk. Saat ini atribut yang dipertimbangkan oleh *By Al.lure* dalam merancang kemasan hanya biaya *packaging* dan bahan kemasan. Dengan bahan *heat resistant*, *By Al.lure* berusaha mencari harga kemasan paling murah untuk menekan biaya *packaging* namun tidak mempertimbangkan kualitas dan atribut-atribut lain. Kemasan *Devil Cake* juga tidak mencantumkan informasi apapun seperti label, tanggal kadaluwarsa, bahan baku yang digunakan dan lain-lain, kurangnya informasi yang dicantumkan pada kemasan dapat menurunkan minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Beberapa alasan diatas akan mempengaruhi tingkat penjualan produk *Devil Cake*. Oleh sebab itu, kemasan perlu dirancang ulang sebagai salah satu usaha meningkatkan minat konsumen yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk.

I.2 Identifikasi Masalah

Dewasa ini, sebagian besar perusahaan semakin menyadari persaingan dalam industri makanan yang semakin ketat. Desain kemasan yang baik seharusnya memberikan kemudahan bagi penggunaannya baik dalam hal membawa maupun menggunakan. Selain itu, desain kemasan yang menarik juga penting karena hal tersebut dapat digunakan produsen untuk membedakan produknya dengan produk lain yang serupa. Keunggulan ini diharapkan akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Dari hasil observasi terhadap beberapa toko kue di sekitar kota Bandung dan Cimahi, tidak ditemukan produk kue dengan bentuk, rasa dan tekstur yang sama dengan *Devil Cake*. Selanjutnya dilakukan observasi pada media sosial instagram dan *website* jual beli *online*. Dari hasil observasi tersebut diperoleh beberapa kompetitor yang menjual produk serupa yaitu *Qiefa Chocomelting Cake*, *Chocolate Whisper Cake* dan *Nieke Cake*. Ketiga kompetitor tersebut melakukan

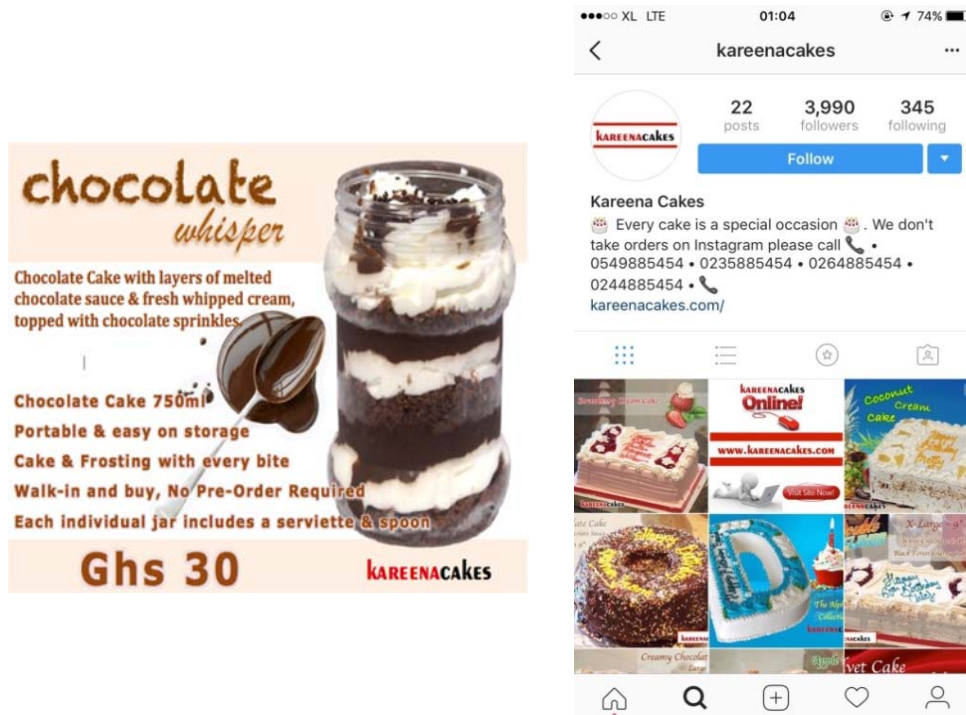
kegiatan pemasaran dan penjualan dengan menggunakan media sosial, terdapat kompetitor yang melakukan pemasaran melalui media sosial instagram, *website*, dan situs jual *online*. Namun ada juga kompetitor yang melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan hanya melalui *website*. Desain kemasan produk *Qiefa Chocomelting* dapat dilihat pada Gambar I.4.



Gambar I.4 Desain Kemasan dan Instagram Kompetitor 1 (*Qiefa Chocomelting*)
(Sumber: <https://www.bukalapak.com/>)

Gambar I.4 merupakan produk kue coklat dengan merk *Qiefa Chocomelting Cake* yang dikemas dalam kemasan plastik *polypropylene* berbentuk persegi. Kemasan *polypropylene* tersebut kemudian dibungkus lagi dengan kemasan kertas yang bertuliskan *brand* dan *motto* produk tersebut. Untuk produk dengan berat 200 gram dijual dengan harga Rp 25.000,00 per *pack* nya. Kelebihan kemasan produk ini diantaranya adalah tutup yang rapat, mudah dibawa dan disimpan, serta dapat digunakan berulang kali baik untuk produk yang sama atau dimanfaatkan sebagai wadah lain. Sementara kelemahan kemasan ini adalah harga kemasan cukup mahal, dari hasil observasi diperoleh informasi bahwa harga kemasan *polypropylene* tersebut sekitar Rp 7.000,00–Rp 9.000,00 per *piece*. Sementara harga kertas pembungkusnya di estimasi sekitar Rp 2.000,00 per *piece*

nya sehingga untuk satu buah kemasan dibutuhkan Rp 9.000,00-Rp 11.000,00 untuk biaya *packaging* produk tersebut. Selanjutnya akan ditampilkan desain kemasan kompetitor 2 yaitu *Chocolate Whisper Cake* yang dapat dilihat pada Gambar I.5.



Gambar I.5 Desain Kemasan dan Instagram Kompetitor 2 (*Chocolate Whisper Cake*)
(Sumber: <http://kareenacakes.com/gallery/>)

Gambar I.5 adalah gambar desain kemasan *Chocolate Whisper Cake* yang merupakan produk kue coklat yang dikemas dalam sebuah toples kaca. Kemasan yang berbentuk tabung dan tidak terlalu besar membuat kemasan ini nyaman saat dipegang, selain itu kemasan ini memiliki ulir pada bagian tutup kemasan sehingga peluang produk tumpah saat dibawa sangat kecil. Kemasan ini juga dapat digunakan kembali untuk keperluan lain. Namun kemasan ini akan berbahaya jika terjatuh dan pecah, sisa pecahan kaca dikhawatirkan dapat melukai konsumen. Selain itu kemasan ini tidak mencantumkan label, tanggal kadaluwarsa, komposisi dan informasi lain yang seharusnya ada dalam sebuah kemasan. Untuk kemasan 175 ml *Chocolate Whisper Cake* dijual dengan harga Rp 30.000,00 per produknya. Selanjutnya akan ditampilkan desain kemasan kompetitor 3 yaitu *Nieke Cake* yang dapat dilihat pada Gambar I.6.



Gambar I.6 Desain Kemasan Kompetitor 3 (*Nieke Cake*)
(Sumber: <http://nieke.keritikentang.com/>)

Gambar I.6 adalah gambar desain kemasan *Nieke Cake* yang merupakan produk kue coklat yang dikemas dalam sebuah kemasan berbahan dasar alumunium. Kelebihan kemasan ini adalah harga kemasan yang murah dan sangat mudah didapatkan di pasaran. Dari hasil observasi, diketahui bahwa harga kemasan alumunium berkisar antara Rp 2.500,00-Rp 3.000,00. Sementara kelemahannya adalah mudah penyok, mudah tumpah, sulit dibawa dan sulit disimpan.

Dari uraian mengenai informasi produk kompetitor diatas, dapat dilihat bahwa *Devil Cake* memiliki nilai jual yang paling rendah jika dibandingkan produk serupa yang dihasilkan kompetitor, padahal dari sisi berat bersih produk *Devil Cake* memiliki jumlah yang paling banyak. Melihat keadaan ini, produsen yakin harus melakukan perbaikan untuk meningkatkan nilai jual produk *Devil Cake*. Produsen *Devil Cake* harus mampu melakukan inovasi agar tetap dapat bersaing di pasaran. Salah satu usaha yang ingin dilakukan oleh produsen untuk meningkatkan nilai jual produk adalah memperbaiki kemasan *Devil Cake*. Hal ini didasari oleh pertimbangan metode promosi produk *Devil Cake* melalui media sosial instagram dimana kemasan merupakan salah satu senjata untuk bersaing. Sehingga salah satu usaha yang dapat dilakukan produsen adalah merancang ulang kemasan untuk menghasilkan kemasan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Selanjutnya dilakukan juga wawancara awal pada 15 responden yang terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 20-29 tahun. Pemilihan responden mempertimbangkan informasi yang diperoleh dari produsen bahwa sebagian besar pembeli *Devil Cake* adalah mahasiswa di Kota Bandung. Selain itu, menurut Bintoro Agung Sugiharto dalam artikel yang berjudul Pengguna Internet di Indonesia Didominasi Anak Muda (24 Oktober 2016, CNN Indonesia) generasi muda dalam rentang usia 20-24 tahun dan 25-29 tahun memiliki angka penetrasi hingga lebih dari 80% pengguna internet di Indonesia. Angka tersebut relatif tinggi ketimbang penduduk kelompok usia lainnya berdasarkan riset terbaru yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Pada kategori 20-24 tahun ditemukan 22,3 juta jiwa yang setara 82% dari total penduduk di kelompok itu. Sedangkan pada kelompok 25-29 tahun, terdapat 24 juta pengguna internet atau setara 80% total jumlah jiwa.

Hasil wawancara awal terhadap 15 orang responden digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat alasan perancangan ulang kemasan *Devil Cake*. Berikut adalah rincian pertanyaan yang diajukan kepada responden.

1. Apakah Anda tertarik terhadap produk *Devil Cake*?
2. Apakah desain kemasan merupakan salah satu parameter dalam memilih sebuah produk?
3. Apa saja atribut yang diharapkan ada dalam sebuah kemasan *Devil Cake* yang hanya dijual melalui media sosial instagram?
4. Apakah desain kemasan *Devil Cake* saat ini sudah cukup menarik?
5. Berdasarkan desain kemasan, urutkan keempat produk (*Devil Cake*, *Qiefa Chocomelting Cake*, *Chocolate Whisper Cake* dan *Nieke Cake*) mulai dari desain kemasan yang paling menarik.

Pertanyaan poin pertama bertujuan untuk melihat bagaimana tingkat ketertarikan responden terhadap produk *Devil Cake*. Pertanyaan poin kedua bertujuan untuk memperoleh informasi apakah kemasan merupakan salah satu pertimbangan responden saat membeli sebuah produk. Pertanyaan poin ketiga bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang diperlukan responden terhadap kemasan *Devil Cake*. Pertanyaan poin keempat bertujuan untuk mengetahui tingkat ketertarikan responden terhadap kemasan *Devil Cake* saat ini. Pertanyaan poin kelima bertujuan untuk mengetahui posisi kemasan *Devil Cake* menurut responden jika dibandingkan dengan kemasan produk kompetitor.

Dari jawaban 15 responden terhadap pertanyaan poin pertama, diperoleh informasi bahwa terdapat 13 responden yang merasa tertarik dengan produk *Devil Cake*. Oleh sebab itu, pertanyaan poin kedua hingga pertanyaan poin kelima selanjutnya hanya diajukan pada 13 responden yang merasa tertarik pada produk *Devil Cake*. Dari jawaban 13 responden terhadap pertanyaan poin kedua, diperoleh informasi bahwa sepuluh responden mengatakan kemasan merupakan salah satu parameter dalam memilih sebuah produk. Untuk pertanyaan poin ketiga, jawaban dari 13 responden sangat bervariasi. Beberapa atribut yang diharapkan oleh responden diantaranya adalah atribut nyaman digunakan, informasi komposisi, tanggal kadaluwarsa, label produk, *contact person*, desain menarik, memiliki sisi transparan, anti tumpah dan lain-lain. Selanjutnya untuk jawaban responden terhadap pertanyaan poin keempat, diperoleh informasi bahwa seluruh responden mengatakan desain kemasan *Devil Cake* saat ini kurang menarik. Sementara untuk jawaban responden terhadap pertanyaan poin kelima, diperoleh hasil enam responden menempatkan kemasan *Devil Cake* pada urutan terakhir dan tujuh responden menempatkan kemasan *Devil Cake* pada urutan ketiga. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kemasan *Devil Cake* perlu dirancang ulang.

Selain melakukan wawancara dengan responden, dilakukan juga wawancara dengan pemilik UMKM *By Al.lure* yang sekaligus produsen produk *Devil Cake*. Dari hasil wawancara dengan produsen diperoleh informasi bahwa kemasan saat ini memiliki tutup yang kurang kencang. Hal tersebut mengganggu proses produksi yang kemudian berdampak pada hasil produk. Produk dengan tutup kemasan yang tidak terlalu kencang menyebabkan lapisan pertama kue menjadi lebih berair dan produk menjadi lebih cepat basi. Selain itu, jika tutup kemasan kurang kencang menyebabkan produsen merasa kesulitan dalam penyimpanan produk. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, produsen biasanya merekatkan tutup dan wadah dengan menggunakan solasi. Kemudian saat akan menuangkan lapisan kedua yang berupa coklat *fudge*, produsen harus membuka solasi terlebih dahulu. Produsen merasa kegiatan tersebut seharusnya dapat dihilangkan jika produk dikemas menggunakan tutup yang kencang. Selanjutnya dilakukan wawancara juga dengan beberapa konsumen yang sebelumnya sudah pernah membeli produk *Devil Cake*. Gambar I.7 menunjukkan komentar dan saran terhadap kemasan awal produk *Devil Cake*.



Gambar I.7 Komentar dan Saran Konsumen

Masalah yang paling banyak dihadapi konsumen adalah sulitnya membawa produk karena bentuk kemasan setengah bola dengan kondisi tutup yang kurang kencang, selain sulit dibawa, produk juga sulit disimpan. Sebagian besar responden mengeluhkan ukuran kemasan yang terlalu besar sehingga tidak nyaman saat digenggam. Permasalahan lain yang diungkapkan konsumen diringkas pada pada Tabel I.1 berikut.

Tabel I.1 Ringkasan Wawancara Awal

No	Sumber	Pemilik
1	Pemilik	Tutup kemasan tidak kencang
		Proses produksi menjadi terganggu
		Kue menjadi berair dan lebih mudah basi
		Sulit dalam penyimpanan

(lanjut)

Tabel I.1 Ringkasan Wawancara Awal (lanjutan)

No	Sumber	Pemilik
2	User	Sulit dibawa
		Ukuran kemasan terlalu besar
		Tidak nyaman dipegang
		Mudah rusak
		Sulit disimpan
		Sulit mengingat produk
		Minim informasi (label, tanggal kadaluarsa, komposisi dan lain-lain)
		Tutup kemasan tidak kencang
		Mudah penyok
		Sulit menyimpan sendok
		Kurang menarik

Dari Tabel I.2 dapat dilihat bahwa sebagian besar keluhan muncul dari sisi konsumen berkaitan dengan peran fungsional kemasan *Devil Cake*. *User Centered Design* (UCD) merupakan proses perancangan yang menjadikan pengguna produk atau konsumen sebagai fokus utama dengan tujuan memperoleh hasil rancangan dapat memenuhi kebutuhan penggunanya. Menurut Zahara (2013) proses perancangan dengan metode UCD perlu memperhatikan beberapa prinsip yaitu fokus kepada pengguna, perancangan terintegrasi, pengujian pengguna, dan perancangan alternatif. Metode ini cocok untuk perancangan ulang kemasan *Devil Cake* karena metode ini melibatkan konsumen dalam proses perancangan kemasan. Dengan melibatkan konsumen dalam proses perancangan kemasan diharapkan dapat menghasilkan kemasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan mengatasi berbagai masalah yang telah diuraikan sebelumnya. Selain itu, metode ini juga cocok untuk menyelesaikan permasalahan kemasan *Devil Cake* yang sebagian besar berkaitan dengan aspek fungsional. Sebelum sebuah produk dirancang untuk memenuhi kebutuhan emosi konsumen, produk tersebut harus sudah memenuhi kebutuhan fungsional konsumen tersebut. Produk yang menarik tidak akan dibeli konsumen jika tidak berfungsi dengan baik.

Adapun metode lain yang biasa digunakan dalam proses perancangan ulang kemasan seperti metode *Kansei Engineering*, *PrEmo*, *Geneva Emotion Wheel*, *Quality Function Deployment*, dan *Participatory Design*. Menurut Nagamachi dan Lokman (2011) metode *Kansei* merupakan metode yang

menggabungkan emosi dan perasaan dengan desain produk, sehingga dihasilkan desain produk yang sesuai dengan emosi dari konsumen. Metode ini kurang cocok digunakan karena tujuan proses perancangan ulang kemasan *Devil Cake* adalah menghasilkan kemasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Metode *PrEmo* dan *Geneva Emotion Wheel* adalah metode yang biasa digunakan dalam penelitian *emotional design* dengan tujuan mengukur respon emosional seseorang terhadap suatu produk. Metode ini kurang cocok digunakan karena metode ini kurang dapat menggambarkan kebutuhan konsumen terhadap produk.

Selain ketiga metode tersebut terdapat juga metode *Quality Function Deployment* (QFD). Menurut Akao (1994) dalam Zahroti et al. (2016) QFD adalah suatu metodologi untuk menerjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen ke dalam suatu rancangan produk yang memiliki persyaratan teknik dan karakteristik kualitas tertentu. Metode ini memiliki orientasi terhadap *teamwork* dimana proses perancangan dilakukan oleh sekelompok orang yang melakukan diskusi dan *brainstroming*. Pada penelitian ini proses perancangan hanya dilakukan oleh satu orang sehingga terdapat beberapa tahap yang tidak bisa dilakukan.

Metode lain yang biasa digunakan dalam proses perancangan adalah *participatory design* (PD). Menurut Muhammad (2016) PD merupakan proses perancangan yang mendorong seluruh *stakeholder* di masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses perancangan. Metode ini tidak digunakan dalam proses perancangan ulang kemasan *Devil Cake* karena pada umumnya metode ini memerlukan biaya besar untuk memenuhi seluruh ide-ide yang diutarakan oleh partisipan. *By Al.lure* sebagai salah satu UMKM yang baru berdiri selama 2 tahun memiliki keterbatasan biaya sehingga metode dianggap tidak *feasible* untuk proses perancangan *Devil Cake*. Kelebihan dan kekurangan lain dari beberapa metode yang biasa digunakan dalam proses perancangan sebuah kemasan dapat dilihat pada Tabel I.2 berikut.

Tabel I.2 Kelebihan dan Kekurangan Metode Lain

Metode	Kelebihan	Kekurangan
<i>Kansei Engineering</i>	Dilakukan identifikasi kata-kata kansei dari konsumen, sehingga perasaan dari konsumen dapat ditunjukkan dengan jelas	Kata-kata yang diperoleh dari hasil wawancara perlu diubah dalam skala numerik.

(lanjut)

Tabel I.2 Kelebihan dan Kekurangan Metode Lain (lanjutan)

Metode	Kelebihan	Kekurangan
<i>Kansei Engineering</i>	Menggunakan analisis statistik multivariat sehingga hasilnya lebih akurat	Persepsi setiap orang terhadap kategori emosi berbeda-beda.
<i>PrEmo</i>	Mengukur emosi positif dan emosi negatif	Hanya tersedia 14 pilihan emosi (7 emosi positif dan 7 emosi negatif) yang belum tentu dapat mewakili emosi konsumen
	Emosi lebih mudah diinterpretasikan karena menggunakan instrumen <i>non verbal</i>	Beberapa dari animasi tidak dapat dimengerti dengan jelas oleh responden (Devanny & Prisca, 2015).
	Penggunaan animasi dan suara mendukung representasi emosi (Devanny & Prisca, 2015).	
<i>Geneva Emotion Wheel</i>	Rangkaian skala dalam pola melingkar, memberi responden gambaran semua emosi yang dirasakan dan intensitasnya (Devanny & Prisca, 2015).	Persepsi setiap orang terhadap kategori emosi berbeda-beda.
	Menyediakan pilihan emosi yang banyak (Devanny & Prisca, 2015)	
<i>User Centered Design</i>	Menjadikan pengguna sebagai fokus utama	Emosi dan perasaan konsumen bukan merupakan pertimbangan utama dalam proses perancangan.
	Mempertimbangkan faktor kognitif seperti persepsi, <i>usability</i> , pemecahan masalah, estetika, dll.	
<i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	Fokus kepada pelanggan (Wijaya, 2011)	Memerlukan keahlian spesifik beragam yaitu <i>input</i> pada QFD memerlukan analisis pasar. Penerjemahan karakteristik kualitas membutuhkan keahlian perancangan (Wijaya, 2011)
	Meningkatkan kerjasama sebuah tim melalui tahap <i>brainstorming</i> (Wijaya, 2011)	Pengisian matriks sulit (Wijaya, 2011)

(lanjut)

Tabel I.2 Kelebihan dan Kekurangan Metode Lain (lanjutan)

Metode	Kelebihan	Kekurangan
<i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	Efisiensi waktu (Wijaya, 2011)	Hanya merupakan alat, tidak ada kejelasan kerangka pemecahan masalah (Wijaya, 2011)
<i>Participatory Design</i>	Kemungkinan besar hasil rancangan diterima oleh <i>user</i> karena selama proses perancangan <i>user</i> banyak terlibat.	<i>User</i> yang tidak dilibatkan dalam proses perancangan belum tentu bisa menerima hasil rancangan.
		Membutuhkan biaya besar untuk memenuhi keinginan partisipan.
	<i>User</i> dapat menyampaikan banyak ide.	Membatasi ide perancang karena selama proses perancangan berfokus pada partisipan.

Dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja kebutuhan dan atribut yang dipertimbangkan dalam rancangan kemasan produk *Devil Cake*?
2. Bagaimana rancangan desain kemasan usulan untuk produk *Devil Cake* berdasarkan prinsip *User Centered Design*?
3. Bagaimana hasil evaluasi kemasan usulan *Devil Cake*?

I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam melakukan penelitian, diperlukan beberapa batasan masalah untuk membatasi ruang lingkup penelitian. Hal tersebut dilakukan agar penelitian dapat dilakukan secara terfokus dan dapat mencapai tujuan penelitian. Adapun beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian yaitu:

1. Responden produk *Devil Cake* adalah laki-laki dan perempuan berusia 20-29 tahun di kota Bandung.
2. Atribut kemasan didasarkan pada studi pustaka dan wawancara dengan responden.
3. Usaha *marketing* yang dilakukan oleh UMKM *By Al.lure* dan kompetitor tidak dipertimbangkan dalam proses penelitian.

4. Data antropometri yang digunakan berasal dari *database* data antropometri Indonesia, data antropometri mahasiswa UNPAR dan data antropometri mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII).

5. Produsen menginginkan rancangan kemasan yang dapat dibeli dalam jumlah sedikit dan mudah diperoleh di pasaran.

Selain itu dalam penelitian terdapat satu asumsi yang ditetapkan untuk mempresentasikan kondisi penelitian lebih jelas. Asumsi tersebut adalah bentuk dan tampilan kemasan produk *Devil Cake* saat ini tidak mengalami perubahan selama proses penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam proses perancangan desain kemasan produk *Devil Cake* ini adalah:

1. Mengidentifikasi kebutuhan dan atribut yang dipertimbangkan dalam rancangan kemasan produk *Devil Cake*.
2. Mengetahui rancangan desain kemasan usulan untuk produk *Devil Cake* yang sesuai dengan prinsip *User Centered Design*.
3. Mengetahui hasil evaluasi kemasan usulan untuk produk *Devil Cake*.

I.5 Manfaat Penelitian

Proses perancangan desain kemasan untuk produk *Devil Cake* ini memberikan beberapa manfaat diantaranya manfaat bagi penulis, manfaat bagi perusahaan dan juga manfaat bagi pembaca. Manfaat-manfaat tersebut dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Manfaat-manfaat yang diperoleh dari penelitian rancangan desain kemasan ini bagi penulis adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui pentingnya rancangan desain kemasan terhadap daya saing sebuah produk dan tingkat penjualan produk.
- b. Mengetahui atribut-atribut yang dipertimbangkan dalam proses perancangan kemasan.
- c. Mampu memberikan usulan desain kemasan untuk produk *Devil Cake* sesuai dengan kebutuhan dan atribut yang dipertimbangkan dan diharapkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Bagi Pemilik

Manfaat-manfaat yang diperoleh dari penelitian rancangan desain kemasan ini bagi pemilik adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui kebutuhan dan atribut kemasan yang dipertimbangkan dalam proses perancangan sebuah kemasan.
- b. Mengetahui rancangan desain kemasan yang sesuai dengan mempertimbangkan kebutuhan konsumen dan atribut kemasan.
- c. Meningkatkan daya saing produk.
- d. Meningkatkan tingkat penjualan produk dengan menerapkan usulan rancangan desain kemasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Bagi Pembaca

Manfaat-manfaat yang diperoleh dari penelitian rancangan desain kemasan ini bagi pembaca adalah sebagai berikut:

- a. Menambah wawasan pada perancangan desain kemasan sebuah produk.
- b. Menambah wawasan mengenai perancangan kemasan sesuai prinsip *User Centered Design*.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian menjabarkan tahap-tahap pelaksanaan penelitian. Urutan metodologi penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada gambar I.7. Berikut merupakan penjelasan dari setiap tahapan metodologi penelitian yang dilakukan.

1. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai tahap-tahap penelitian yang akan dilakukan. Hal ini meliputi topik penelitian, objek yang akan diteliti dan metode penelitian. Diawali dengan melakukan pengamatan terhadap kemasan produk *Devil Cake* dan mengumpulkan teori mengenai perancangan kemasan. Studi literatur juga dilakukan untuk mendapatkan referensi terkait penelitian yang dilakukan serta metode yang tepat untuk digunakan.

2. Latar Belakang Masalah

Penyusunan latar belakang masalah bertujuan untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai objek penelitian. Informasi tersebut diantaranya berisi data jumlah UMKM di Jawa Barat yang diikuti informasi mengenai proporsi UMKM yang bergerak pada industri makanan, metode penjualan produk, kondisi

kemasan *Devil Cake* sekarang dan lain-lain. Selain itu latar belakang masalah juga berisi informasi yang memperkuat alasan pentingnya permasalahan untuk diteliti.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada bagian ini dilakukan observasi terhadap kompetitor produk *Devil Cake* dan wawancara awal dengan beberapa orang responden dan produsen untuk mengetahui masalah yang dihadapi konsumen berkaitan dengan produk *Devil Cake*. Dari hasil observasi dan wawancara awal yang sudah dilakukan sebelumnya, permasalahan yang berkaitan dengan topik penelitian dapat diidentifikasi. Berdasarkan identifikasi masalah, kemudian dibuat beberapa rumusan masalah untuk kemudian diselesaikan dalam tujuan penelitian. Selanjutnya ditentukan batasan permasalahan yang disertai dengan asumsi yang digunakan dalam studi yang dilakukan. Tujuan studi ditentukan berdasarkan rumusan-rumusan masalah yang muncul pada tahapan identifikasi dan perumusan masalah. Bagian ini juga membahas mengenai identifikasi kelebihan dan kekurangan beberapa metode perancangan kemasan untuk mengetahui metode yang cocok digunakan untuk perancangan kemasan produk *Devil Cake*.

4. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan wawancara untuk memperoleh data kriteria kebutuhan konsumen terhadap sebuah kemasan. Wawancara dilakukan dengan 31 orang responden yang sudah pernah membeli dan memiliki pengalaman (*user experience*) dengan kemasan *Devil Cake* saat ini. Dari hasil wawancara selanjutnya diidentifikasi dan dikelompokkan menjadi data kebutuhan konsumen. Untuk proses identifikasi atribut kemasan, dilakukan observasi terhadap beberapa kemasan kue di toko kue sekitar Kota Bandung dan Cimahi. Hasil identifikasi atribut kemasan kemudian dilengkapi dengan atribut-atribut lain yang diperoleh dari hasil studi literatur. Atribut kemasan juga mencantumkan beberapa keinginan konsumen yang tersirat selama proses wawancara. Seluruh atribut kemasan kemudian dikelompokkan berdasarkan poin kebutuhan konsumen yang sudah didapat sebelumnya. Atribut yang telah terkumpul selanjutnya dibuat dalam bentuk kuesioner dan disebar pada responden untuk mengetahui tingkat kepentingan atribut kemasan dan tingkat kepuasan atribut kemasan. Dari kuesioner tingkat kepentingan atribut kemasan akan terpilih data atribut-atribut yang dianggap penting oleh responden. Atribut terpilih itu selanjutnya dijadikan dasar penilaian

responden terhadap tingkat kepuasan atribut kemasan awal dan tingkat kepuasan atribut rancangan alternatif kemasan.

5. Perancangan Kemasan *Devil Cake*

Selain menjadi dasar penilaian responden terhadap tingkat kepuasan atribut, hasil kuesioner tingkat kepentingan atribut kemasan juga akan digunakan sebagai salah satu referensi dalam proses perancangan 3 alternatif kemasan. Proses perancangan ini juga telah mempertimbangkan beberapa dimensi antropometri tubuh manusia yang berfokus pada telapak tangan. Dimensi tubuh yang digunakan adalah lebar fungsional maksimum, lebar telapak tangan, diameter genggam maksimum dan diameter genggam minimum. Selain dari sisi antropometri, pada tahapan ini juga dilakukan identifikasi terhadap beberapa jenis tutup kemasan. Tutup kemasan dengan jenis yang berbeda-beda diberikan kepada responden untuk diuji kemudahan dalam membuka tutup kemasan dan kemudahan dalam menutup kemasan. Dari hasil *survey* ini diperoleh data rata-rata waktu responden saat membuka tutup kemasan dan data rata-rata waktu responden saat menutup kemasan. Data tersebut kemudian digunakan sebagai dasar pemilihan jenis-jenis tutup kemasan yang akan digunakan dalam proses perancangan ketiga alternatif kemasan.

6. Evaluasi dan Analisis

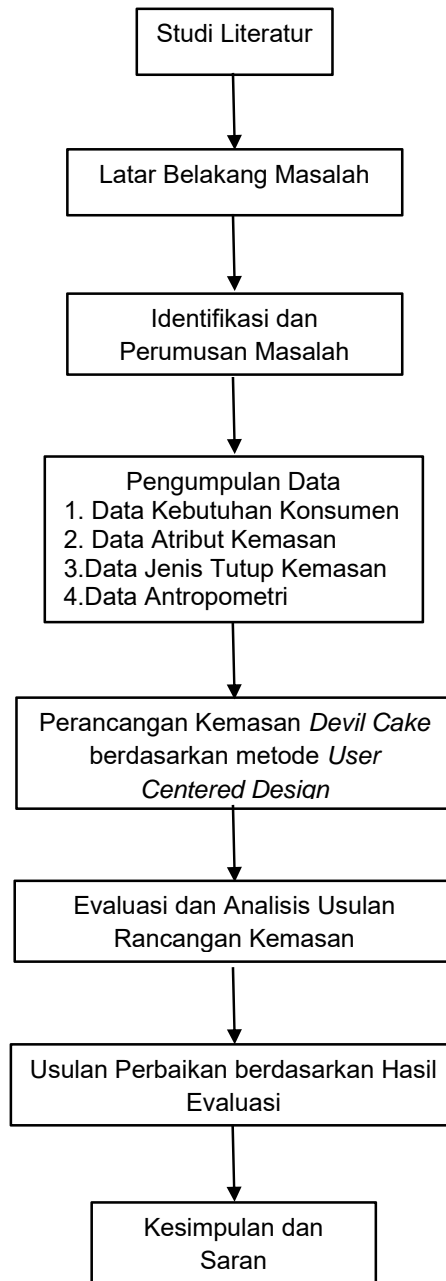
Alternatif rancangan kemasan selanjutnya dievaluasi dengan cara memberikan 3 alternatif tersebut kepada responden untuk dilakukan penilaian tingkat kepuasan atribut kemasan. Dari hasil penilaian akan diperoleh data tingkat kepuasan atribut kemasan untuk masing-masing alternatif yang dapat digunakan untuk menentukan alternatif rancangan kemasan terpilih. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap hasil penilaian dari responden beserta proses lain yang ada dalam penelitian. Analisis yang dilakukan bertujuan untuk menjelaskan hasil penelitian dapat memenuhi tujuan penelitian yang kemudian menjawab rumusan masalah.

7. Usulan Perbaikan berdasarkan Hasil Evaluasi

Jika pada tahap evaluasi ditemukan masalah atau keluhan dari alternatif rancangan terpilih maka akan dilakukan perbaikan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Perbaikan ini dilakukan berdasarkan keluhan dan masukan yang diberikan responden selama proses penilaian tingkat kepuasan atribut kemasan untuk setiap alternatifnya.

8. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap terakhir dilakukan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian dan dari keseluruhan penelitian yang sudah dilakukan. Poin-poin kesimpulan akan menjawab identifikasi masalah yang telah dijabarkan pada tahap sebelumnya. Diberikan pula saran yang dapat digunakan di masa yang akan mendatang untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik.



Gambar I.8 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan penelitian yang akan dilakukan, kriteria penyusunan laporan dan dibagi dalam lima bab yang saling berkaitan satu dengan yang lain, format tersebut dijelaskan dengan rinci sebagai berikut .

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I laporan penelitian ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah dan rumusan masalah, batasan masalah dan asumsi-asumsi yang digunakan selama penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan dari penelitian yang akan dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II laporan penelitian ini diuraikan mengenai tinjauan kepustakaan yang berisi teori-teori dan pemikiran yang digunakan sebagai landasan dalam pengolahan data, perancangan kemasan, analisis dan evaluasi rancangan kemasan.

BAB III PENGUMPULAN DATA DAN PERANCANGAN KEMASAN

Pada bab III laporan penelitian ini diuraikan mengenai proses identifikasi kebutuhan konsumen dan atribut kemasan, metode pengumpulan data yang digunakan, data-data yang diperlukan selama proses penelitian, proses perancangan kemasan, dan evaluasi kemasan usulan.

BAB IV ANALISIS

Pada bab IV laporan penelitian ini diuraikan mengenai analisis idetifikasi kebutuhan konsumen dan atribut kemasan, analisis perancangan kuesioner, analisis uji validitas dan uji reliabilitas, analisis hasil kuesioner, analisis kemasan awal, analisis perancangan kemasan, dan analisis kemasan usulan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V laporan penelitian ini diuraikan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil perancangan kemasan dan saran-saran yang ditujukan bagi pihak produsen.