

**PERANCANGAN ULANG KEMASAN GRANOLA
MENGUNAKAN INTEGRASI *KANSEI*
ENGINEERING DAN MODEL KANO**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Maria Caecillia

NPM : 2014610079



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2018**



**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Maria Caecillia
NPM : 2014610079
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : PERANCANGAN ULANG KEMASAN GRANOLA
MENGUNAKAN INTEGRASI *KANSEI ENGINEERING* DAN
MODEL KANO

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2018

Ketua Program Studi Teknik Industri

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

Pembimbing Tunggal

(Dr. Thedy Yogasara, S.T., M.EngSc)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan



Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Maria Caecillia

NPM : 2014610079

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“PERANCANGAN ULANG KEMASAN GRANOLA MENGGUNAKAN INTEGRASI KANSEI ENGINEERING DAN MODEL KANO”

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, Agustus 2018

Maria Caecillia
2014610079

ABSTRAK

Saat ini, masyarakat mulai menyadari pentingnya kesehatan jasmani dengan kecenderungan untuk memperhatikan pangan yang dikonsumsi. Hal ini menyebabkan penjualan pangan sehat seperti granola menjadi gencar. *Trend* tersebut diikuti dengan tingginya persaingan antar *brand* granola di pusat perbelanjaan, sehingga tidak hanya cita rasa, melainkan dibutuhkan daya tarik lain, salah satunya berupa kemasan yang pertama kali melakukan kontak dengan konsumen. Melalui hasil wawancara dengan konsumen, terdapat 7 *brand* granola yang dikenal di pasaran, yang dipersempit menjadi 5 *brand* paling dikenal, yang terdiri dari Granola Creations, Granola East Bali Cashews, Chia-Yo, Granova, dan Granola Go-Lite. Dari kelima *brand* tersebut akan dicari *brand* dengan penilaian terendah dari segi kemasan untuk dirancang ulang kemasannya agar lebih mampu bersaing di pasaran.

Metode *Kansei Engineering* dan Model Kano digunakan untuk mengidentifikasi apa yang diinginkan oleh konsumen terhadap kemasan. Teridentifikasi 130 kata *Kansei* melalui studi literatur dan wawancara. Selanjutnya, kata *Kansei* tersebut dikelompokkan menggunakan diagram afinitas yang dilakukan dalam *focus group discussion*, dan dihasilkan 26 kelompok yang akan dijadikan variabel dalam kuesioner. Kuesioner menggunakan 5 skala *semantic differential* (SD) untuk penilaian kelima *brand* granola. Hasil dari kuesioner diolah menggunakan *principal component analysis* dan didapatkan 20 kelompok kata, yaitu terstruktur, komposisi desain seimbang, berat isi proporsional dengan kemasan, merepresentasikan granola, *compact*, kekinian, segar, jelas, komunikatif, *friendly*, unik, mewah, memuaskan, kokoh, ceria, variatif, mempengaruhi, *eye-catching*, tepercaya, dan tahan lama. Dalam penelitian, Chia-Yo mendapatkan nilai terendah, yaitu 3,4 dari 5. Model Kano digunakan untuk menentukan prioritas variabel perancangan, misalnya untuk variabel ceria tidak diprioritaskan karena berada pada kategori *indifferent*.

Proses sintesis dilakukan untuk menjadi acuan dalam perancangan. Dari hasil proses perancangan, didapatkan 4 alternatif desain dalam bentuk sketsa dan rancangan *digital* yang kemudian dibuat *prototype*. Kuesioner evaluasi menggunakan 5 skala SD untuk mengetahui rancangan terbaik. Alternatif 4, yang berbentuk tabung dengan ilustrasi granola, unggul dengan nilai rata-rata 4,44 dari 5. Evaluasi juga dilakukan dengan menggunakan Model Kano untuk melihat bagaimana dampak rancangan terhadap kepuasan. Terdapat perbedaan pada hasil perancangan apabila dibandingkan dengan *benchmark*. Seperti pada variabel “mewah” dan “mempengaruhi”, dimana pada *benchmark* secara umum yaitu *grade indifferent*, sementara pada hasil rancangan yaitu *attractive*. Hal tersebut menyebabkan peningkatan kepuasan untuk hasil rancangan.

ABSTRACT

These days, people are beginning to realize the importance of physical health with a tendency to look after the food consumed. This causes the sale of healthy foods such as granola becomes more intense. The trend is followed by high competition among granola brands in shopping centres, so not only the taste, it also requires other attraction factors, such as packaging that makes the first contact with consumers. Through the interview, there are 7 known granola brands on the market, which are then narrowed down to the 5 best known brands, consisting of Granola Creations, Granola East Bali Cashews, Chia-Yo, Granova, and Granola Go-Lite. Of that five brands, will be sought brand with the lowest value based on the packaging aspect to redesign it in order to be able to compete in the market.

Kansei Engineering Method and Kano Model are used to identified what is consumers need from the packaging. There were identified 130 words of Kansei through literature study and interview. Furthermore, Kansei words are grouped using affinity diagrams conducted in focus group discussions, and the resulting 26 groups will be used as the references of the variables in the questionnaire. The questionnaire uses 5 semantic differential (SD) scales for the assessment of the five granola brands. The results of the questionnaire were processed using principal component analysis and obtained 20 groups of words, consist of structured, balanced design composition, proportional weight contents with packaging, representing granola, compact, trending, fresh, clear, communicative, friendly, unique, luxurious, satisfying, sturdy, cheerful, varied, influenced, eye-catching, trustworthy, and long-lasting. In this research, Chia-Yo rating got the lowest score of 3.4 from 5. The Kano Model is used to determine the priority of the design variable, such as the cheerful variable is not prioritized because it is in the indifferent category.

The synthesis process is conducted to become a reference in the design. From the result of design process, obtained 4 designs alternative in the form of sketches and digital design which is then made the prototype. The evaluation questionnaire used 5 SD scales and was used to identify the best alternative. Alternative 4, with cylindrical form and granola illustration, win from other alternatives with an average value of 4,44 from 5. Evaluations were also performed for Kano Model to see how the impact of design on satisfaction. There are differences in design result when compared with the benchmark. Like on "luxury" and "influenced" variables, where in general benchmark is on indifferent grade, while in design result is on attractive grade. This has led an increase in satisfaction for design result.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kelimpahan rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “PERANCANGAN ULANG KEMASAN GRANOLA MENGGUNAKAN INTEGRASI *KANSEI ENGINEERING* DAN MODEL KANO.”

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga yang selalu memberikan dukungan, serta doa, terutama dalam penyusunan laporan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Thedy Yogasara, S.T., M.EngSc selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, maupun kritik dan saran yang membantu untuk membangun penyusunan laporan skripsi ini.
3. Seluruh tenaga pendidik Teknik Industri UNPAR yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian laporan skripsi.
4. Rekan Titik Dua Tiga, Steffi Yap, Stefanie Puspa, Riska Sutanto, Devina Wiyanto, Deviani Natalie S., Sharon Margaretha, Aurea Hildani, dan Desi Karolin selaku sahabat, teman bermain dan teman seperjuangan selama di TI UNPAR.
5. Rekan Bertiga, Monica Clara dan Alvin Irawan, yang senantiasa menemani penulis dalam kejenuhan saat mengerjakan skripsi.
6. Rekan ZECT *Project*, Nokku TV, dan *Jogging Squad*.
7. Rekan lainnya di luar UNPAR yang senantiasa menemani dan memberikan dukungan kepada penulis.
8. Elaine Elisa selaku rekan penulis dalam proses perancangan dengan *skill* yang luar biasa.
9. Rekan-rekan Asisten Laboratorium Praktikum Perancangan Produk yang membantu penulis dalam memberikan masukan, kritik dan saran.
10. Rekan Teknik Industri UNPAR angkatan 2014 terutama Kelas C yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam laporan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan ataupun kemampuan

yang dimiliki penulis. Dengan laporan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat kepada pembaca, meskipun laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat berharap akan adanya kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang

Bandung, 26 Juni 2018

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-3
I.3 Batasan Masalah dan Asumsi	I-11
I.4 Tujuan Penelitian	I-11
I.5 Manfaat Penelitian	I-12
I.6 Metodologi Penelitian	I-12
I.7 Sistematika Penulisan	I-15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Pengertian dan Fungsi Kemasan	II-1
II.2 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tentang Kemasan	II-3
II.3 Desain Kemasan	II-4
I.3.1 Daya Tarik Visual (Estetika)	II-5
I.3.2 Daya Tarik Praktis (Fungsional)	II-6
II.4 Jenis Kemasan	II-7
II.5 <i>Kansei Engineering</i>	II-10
II.5.1 Cara Mendapatkan <i>Kansei</i>	II-11
II.5.2 Jenis <i>Kansei Engineering</i>	II-13
II.5.3 Tahapan <i>Kansei Engineering</i> Tipe I	II-14
II.5.4 Metode Psikologis dari <i>Kansei Engineering</i>	II-16
II.6 <i>Kano Model</i>	II-17

II.7	Metode Pengumpulan Data	II-20
II.8	<i>Sampling</i>	II-22
II.9	<i>Semantic Differential</i>	II-23
II.10	Validitas dan Reliabilitas	II-24
II.11	Analisis dan Ekstraksi Faktor	II-24
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		III-1
III.1	Pengumpulan dan Identifikasi Kata-Kata <i>Kansei</i>	III-1
	III.1.1 Pengumpulan Kata <i>Kansei</i> dengan Studi Literatur	III-1
	III.1.2 Pengumpulan Kata <i>Kansei</i> dengan Wawancara	III-4
III.2	Pengelompokan Kata-Kata <i>Kansei</i>	III-6
III.3	Perancangan Skala <i>Semantic Differential</i>	III-9
III.4	Perancangan Kuesioner Model Kano.....	III-10
III.5	Spesifikasi Sampel	III-11
III.6	Hasil dan Rekapitulasi Pengumpulan Data dari Kuesioner	III-12
III.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	III-15
III.8	Analisis dan Ekstraksi Faktor	III-17
III.9	Interpretasi Analisis Faktor	III-24
III.10	Pembahasan Model Kano.....	III-25
BAB IV PERANCANGAN DAN EVALUASI		IV-1
IV.1	Penentuan Fitur Kemasan	IV-1
IV.2	Hubungan Kata <i>Kansei</i> dengan Fitur Kemasan	IV-2
IV.3	Proses Perancangan Ulang Kemasan Granola Chia-Yo.....	IV-10
	IV.3.1 Fitur Bentuk, Bahan Sisi Luar dan Dalam Kemasan	IV-13
	IV.3.2 Fitur Ukuran Kemasan.....	IV-15
	IV.3.3 Fitur Warna Tema Kemasan.....	IV-17
	IV.3.4 Fitur Ilustrasi.....	IV-18
	IV.3.5 Fitur <i>Typography</i>	IV-20
	IV.3.6 Fitur Informasi Produk	IV-21
	IV.3.7 Fitur Informasi <i>Brand</i> atau Perusahaan	IV-21
	IV.3.8 Fitur Tata Letak Bidang	IV-22
IV.4	Pembuatan <i>Prototype</i> Empat Alternatif Rancangan Usulan	IV-23
IV.5	Evaluasi Usulan Perancangan Kemasan	IV-26

IV.6 Pembahasan Model Kano Setelah Perancangan Ulang	IV-28
--	-------

BAB V ANALISISV-1

V.1 Analisis Pemilihan Objek Penelitian dan Sampel Produk.....	V-1
V.2 Analisis Pemilihan Metode <i>Kansei Engineering</i> dan Model Kano.....	V-2
V.3 Analisis Pengumpulan Kata <i>Kansei</i>	V-3
V.4 Analisis Pengelompokan Kata <i>Kansei</i>	V-4
V.5 Analisis Perancangan Kuesioner Skala <i>Semantic Differential</i>	V-5
V.6 Analisis Perancangan Model Kano dan Penyebaran Kuesioner	V-7
V.7 Analisis Pengujian Validitas dan Reliabilitas	V-8
V.8 Analisis Ekstraksi dan Interpretasi Faktor	V-9
V.9 Analisis Hasil Model Kano	V-11
V.10 Analisis Penentuan fitur kemasan.....	V-12
V.11 Analisis Proses dan Hasil Perancangan Ulang Kemasan	V-13
V.12 Analisis Hasil <i>Prototype</i>	V-14
V.13 Analisis Hasil Evaluasi Metode <i>Kansei</i>	V-15
V.14 Analisis Harga Granola dengan Harga Kemasan Rancangan Terpilih .	V-15
V.15 Analisis Hasil Evaluasi Model Kano... ..	V-17

BAB VI KESIMPULAN DAN SARANVI-1

VI.1 Kesimpulan.....	VI-1
VI.2 Saran.....	VI-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar Pertanyaan Wawancara Awal	I-4
Tabel I.2	Kelebihan dan Kekurangan Penelitian Kemasan	I-9
Tabel II.1	Evaluasi Model Kano	II-19
Tabel II.2	Skor untuk Diagram Model Kano	II-20
Tabel III.1	Pengumpulan Kata <i>Kansei</i> dengan Studi Literatur.....	III-3
Tabel III.2	Pengumpulan Kata <i>Kansei</i> Hasil Wawancara.....	III-5
Tabel III.3	Rekapitulasi Jumlah Kata <i>Kansei</i>	III-6
Tabel III.4	Rincian Rencana Pelaksanaan FGD	III-7
Tabel III.5	Contoh dari Pengelompokan Kata <i>Kansei</i>	III-9
Tabel III.6	Urutan Konten Kuesioner Metode <i>Kansei</i>	III-10
Tabel III.7	Contoh Kuesioner Model Kano	III-11
Tabel III.8	Spesifikasi Sampel dari Produk Granova.....	III-12
Tabel III.9	Rekapitulasi Nilai Rata-rata Kuesioner untuk <i>Kansei</i>	III-14
Tabel III.10	Hasil Uji Validitas Variabel dari <i>Kansei</i>	III-15
Tabel III.11	Tingkat Reliabilitas dengan Nilai Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	III-16
Tabel III.12	Hasil Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Uji Reliabilitas	III-17
Tabel III.13	Hasil Uji KMO dan <i>Bartlett's Test</i>	III-17
Tabel III.14	Interpretasi dari Pengukuran Nilai MSA	III-18
Tabel III.15	Hasil Uji <i>Anti Image Correlation</i>	III-18
Tabel III.16	Hasil Uji KMO dan <i>Bartlett's Test</i> untuk 20 Variabel	III-19
Tabel III.17	Hasil Uji <i>Anti Image Correlation</i> untuk 20 Variabel.....	III-19
Tabel III.18	<i>Communalities</i>	III-20
Tabel III.19	Nilai Eigen dengan <i>Component Number</i>	III-21
Tabel III.20	<i>Rotated Component Matrix</i>	III-22
Tabel III.21	Kriteria Penilaian Signifikansi secara Praktis	III-23
Tabel III.22	Hasil Pengelompokan Variabel ke Dalam Faktor	III-23
Tabel III.23	Hasil Rekapitulasi Penilaian Sampel Granola	III-24
Tabel III.24	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Kuesioner Model Kano.....	III-25
Tabel III.25	Evaluasi Nilai <i>Better</i> dan <i>Worse</i>	III-27
Tabel III.26	Urutan Peringkat Kepuasan dan Ketidakpuasan.....	III-27

Tabel III.27 Hasil Rekapitulasi Skor Rata-Rata Tiap Variabel	III-28
Tabel IV.1 Fitur Kemasan Granola.....	IV-2
Tabel IV.2 Sintesis Hubungan Kata <i>Kansei</i> dengan Fitur Kemasan.....	IV-11
Tabel IV.3 Rekapitulasi Ulang Dimensi Kemasan Sampel Granola.....	IV-16
Tabel IV.4 Harga Kemasan untuk Masing-masing Alternatif	IV-23
Tabel IV.5 Rekapitulasi Rata-rata Hasil Kuesioner.....	IV-26
Tabel IV.6 Rekapitulasi Penilaian Sampel Awal dan Rancangan Usulan	IV-27
Tabel IV.7 Rekapitulasi Kuesioner Model Kano Setelah Perancangan	IV-28
Tabel IV.8 Evaluasi Nilai <i>Better</i> dan <i>Worse</i> Setelah Perancangan.....	IV-31
Tabel IV.9 Rekapitulasi Skor Rata-rata Variabel Setelah dan Sebelum Perancangan	IV-31

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Granola yang Dijual pada Rak di Berbagai Pasar Swalayan	I-2
Gambar I.2	Persentase Umur Responden Wawancara	I-4
Gambar I.3	Faktor Pertimbangan saat Membeli Granola	I-5
Gambar I.4	<i>Brand</i> Granola yang Dikonsumsi.....	I-5
Gambar I.5	Persentase Berat Bersih Granola yang Dikonsumsi Konsumen ..	I-6
Gambar I.6	Berbagai <i>Brand</i> Granola	I-6
Gambar I.7	Metodologi Penelitian.....	I-13
Gambar II.1	Kemasan Jenis <i>Stand Up Pouch</i>	II-9
Gambar II.2	Kemasan Jenis <i>Side Gusset Pouch</i>	II-9
Gambar II.3	Kemasan Jenis <i>Flat Bottom Pouch</i>	II-9
Gambar II.4	Kemasan Jenis <i>Pillow Pouch</i>	II-10
Gambar II.5	Kemasan Jenis <i>Three Side Seal</i>	II-10
Gambar II.6	<i>Kansei Gateways</i>	II-12
Gambar II.7	Diagram Kano	II-18
Gambar II.8	Contoh Skala <i>Semantic Differential</i>	II-23
Gambar III.1	Contoh Studi Literatur dari <i>Website</i> Granola	III-1
Gambar III.2	Contoh Studi Literatur dari <i>Website</i> yang Berisi <i>Review</i>	III-2
Gambar III.3	Contoh Studi Literatur dari <i>Website</i> tentang Kemasan	III-3
Gambar III.4	Rekapitulasi Pertambahan Kata <i>Kansei</i> dari Wawancara.....	III-5
Gambar III.5	Kegiatan <i>Focus Group Discussion</i>	III-7
Gambar III.6	Konsultasi Diagram Afinitas	III-8
Gambar III.7	Jumlah Responden Kuesioner	III-13
Gambar III.8	Persentase Jenis Kelamin Responden.....	III-13
Gambar III.9	Persentase Umur Responden	III-14
Gambar III.10	<i>Scree Plot</i>	III-20
Gambar III.11	<i>Scatter Plot Better Worse</i>	III-26
Gambar III.12	Diagram Kano	III-30
Gambar IV.1	Contoh Kemasan <i>Snack</i> Bentuk Tabung.....	IV-7
Gambar IV.2	Contoh Kemasan Jenis <i>Doypack</i> dan <i>Flatbottom</i>	IV-8
Gambar IV.3	Kemasan Granola Chia-Yo 250 gram	IV-12

Gambar IV.4	Kemasan Granola East Bali Cashews 400 gram.....	IV-12
Gambar IV.5	Lubang Pengait dan Petunjuk Membuka <i>Zipper</i>	IV-14
Gambar IV.6	Kemasan Granola Creations 240 gram	IV-15
Gambar IV.7	Palet Pemilihan Warna Tema.....	IV-17
Gambar IV.8	Warna Tema Rasa	IV-19
Gambar IV.9	Gambar Ilustrasi Foto Salah Satu Alternatif Perancangan.....	IV-19
Gambar IV.10	Ilustrasi Rasa Granola.....	IV-19
Gambar IV.11	Ilustrasi Foto Tambahan.....	IV-19
Gambar IV.12	Ilustrasi <i>Icon</i> Saran Penyajian	IV-20
Gambar IV.13	Jenis <i>Font</i> Garis Sederhana yang Digunakan	IV-20
Gambar IV.14	Rancangan Sketsa Alternatif Satu.....	IV-24
Gambar IV.15	Rancangan Sketsa Alternatif Tiga	IV-25
Gambar IV.16	<i>Scatter Plot Better Worse</i> Setelah Perancangan	IV-29
Gambar IV.17	<i>Scatter Plot</i> Setelah dan Sebelum Perancangan.....	IV-30
Gambar IV.18	Diagram Kano Setelah Perancangan	IV-32
Gambar IV.19	Diagram Kano Sebelum dan Setelah Perancangan	IV-33

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A REKAPITULASI WAWANCARA DAN IDENTIFIKASI KATA
KANSEI

LAMPIRAN B DIAGRAM AFINITAS KATA KANSEI

LAMPIRAN C DIAGRAM AFINITAS KATA KANSEI

LAMPIRAN D SPESIFIKASI SAMPEL PRODUK GRANOLA

LAMPIRAN E HASIL PERANCANGAN ULANG GRANOLA CHIA-YO

LAMPIRAN F KUESIONER EVALUASI HASIL RANCANGAN

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas tentang latar belakang masalah dari penelitian yang akan dilakukan, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, masyarakat kini mulai menyadari pentingnya kesehatan jasmani. Kesadaran tersebut terutama dialami oleh masyarakat yang tinggal di kota besar atau kaum urban dengan karakteristik gaya hidup yang cepat dan padat. Salah satu hal yang diperhatikan oleh masyarakat kaum urban untuk menjaga kesehatan jasmani tersebut adalah dari pangan yang merupakan kebutuhan dasar manusia.

Menurut survei Nielsen (2016), 64% responden masyarakat global telah mengikuti diet yang membatasi atau melarang konsumsi dari beberapa jenis makanan atau bahan pangan, dengan persentase tertinggi yaitu 72% untuk responden Asia Pasifik. Data dari penjualan *retail* yang diteliti pada survei Nielsen (2016) juga menunjukkan bahwa konsumen mengurangi beberapa makanan tertentu yang biasanya mengandung lemak, gula, ataupun sodium yang tinggi.

Di samping itu, menurut Kementrian Perindustrian Indonesia atau Kemenperin (2017), masyarakat khususnya kelas menengah ke atas, memiliki kecenderungan mengutamakan konsumsi produk-produk makanan dan minuman yang higienis dan alami. Hal tersebut merupakan salah satu penyebab utama industri makanan dan minuman nasional terus menunjukkan kinerja positif dengan pertumbuhan mencapai 9,82% pada triwulan III 2016.

Salah satu jenis produk pangan yang sedang gencar penjualannya karena gaya hidup sehat tersebut adalah Granola. Granola merupakan makanan ringan yang terdiri dari gandum, kacang-kacangan, madu, atau pemanis alami sehat lainnya seperti gula merah, yang dipanggang hingga renyah. Buah kering,

seperti kismis, kurma, dan gula-gula seperti cokelat terkadang ditambahkan. Granola juga sering dimakan dalam kombinasi dengan *yogurt*, madu, maupun buah segar (seperti pisang, stroberi, dan *blueberry*). Granola juga dapat dicampurkan dengan berbagai kue kering, ataupun makanan pencuci mulut. Perpaduan dari komposisi tersebut membuat granola memiliki kandungan serat yang tinggi sehingga dapat menjadi salah satu alternatif makanan ringan yang sehat.

Menurut *survey* pasar dan peramalan dari Technavio (2017), pasar global granola akan bertumbuh secara stabil hingga 2021 dengan *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) atau laju pertumbuhan majemuk tahunan mendekati 9% karena konsumen akan memprioritaskan gaya hidup sehat dengan *snack* sehat seperti granola. *Trend* ini kemudian diikuti dengan munculnya berbagai *brand* granola lokal di Indonesia seperti Granola Creations, Chia Yo, Granola GoLite, Granova, Granola East Bali Cashew, dan lain-lain. Gambar I.1 menunjukkan granola yang dijual pada rak-rak di berbagai pasar swalayan.



Gambar I.1. Granola yang Dijual pada Rak di Berbagai Pasar Swalayan

Melihat akan tingginya persaingan antara berbagai *brand* granola yang sekarang sudah menjamur di berbagai pusat perbelanjaan, maka tidak hanya cita rasa dari granola itu sendiri yang diperhatikan, melainkan juga kemasan yang

pertama kali melakukan kontak dengan konsumen. Menurut Tesavrita, Suryadi, dan Brachmantiyoko (2012), desain kemasan dapat dikatakan memiliki peran awal yang harus dilalui konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk. Desain tersebut harus mampu menyentuh sisi emosional konsumen, sehingga kemasan dapat mempengaruhi minat calon pembeli untuk membeli produk tersebut. Kemasan yang baik akan mencerminkan citra (*image*) produk itu sendiri yang dapat mendorong keinginan konsumen untuk membeli.

Menurut Cenadi (2000), daya tarik dari suatu produk tidak dapat terlepas dari kemasannya yang merupakan “pemicu” pembelian karena langsung berhadapan dengan konsumen. Hal yang sama juga dinyatakan oleh Wicaksono, Prastawa, dan Ardanesia (2017), bahwa dalam persaingan yang semakin meningkat, faktor kemasan merupakan strategi yang sangat vital untuk mendukung suatu keberhasilan penjualan. Penampilan produk yang kurang sesuai dengan preferensi konsumen akan mengakibatkan target penjualan tidak akan tercapai. Penggunaan kemasan yang bagus dapat mendorong tercapainya tingkat penjualan.

I.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Maraknya *trend* gaya hidup sehat menyebabkan pasar global granola meningkat seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Peningkatan tersebut juga menimbulkan potensi menjamurnya berbagai *brand* granola di Indonesia, termasuk salah satunya di Kota Bandung. Menurut Pamanggih, Tama, dan Azlia (2017), salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk dan keuntungan adalah melalui kemasan produk. Para pakar pemasaran menyebutkan bahwa desain kemasan merupakan pesona produk (*the product charm*), sebab kemasan memang berada di tingkat akhir suatu proses alur produksi yang tidak saja untuk memikat mata (*eye-catching*) tetapi juga untuk memikat pemakaian (*usage-attractiveness*) (Anita, 2007 dalam Pamanggih, *et al.*, 2017).

Menanggapi hal tersebut, perlu dilakukan studi lapangan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian produk granola. Studi lapangan dilakukan melalui wawancara. Penentuan sampel untuk wawancara dilakukan dengan teknik *convenience sampling* atau *sampling insidental*. Penelitian dilakukan kepada siapa saja yang secara kebetulan

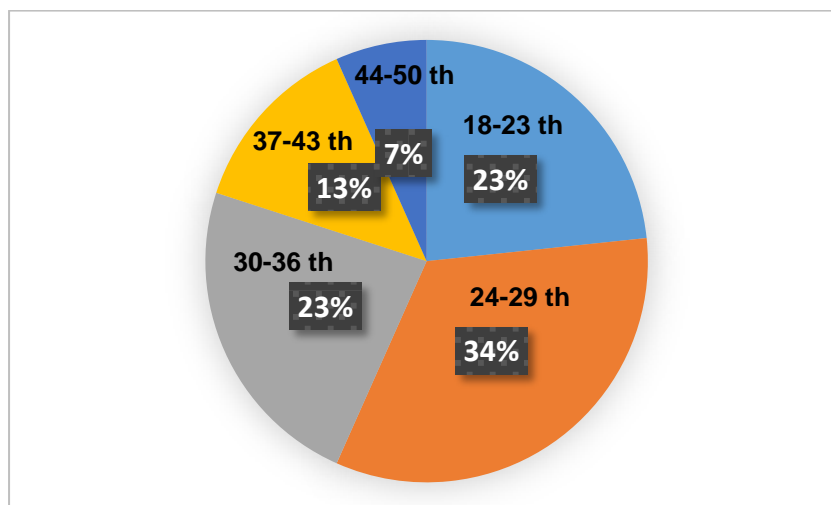
(insidental) bertemu dengan peneliti, memenuhi kriteria, dan dapat diajak bekerja sama untuk dijadikan sumber data.

Target responden yang dicari merupakan pria atau wanita dan pernah mengonsumsi granola dalam kemasan dalam 1 bulan terakhir. Menurut Grand View Research (2017), permintaan untuk makanan ringan sehat meningkat, khususnya untuk populasi dewasa, yang terbagi menjadi populasi pekerja dewasa muda (18-35 tahun) dan menengah (35-50 tahun), sehingga target responden dapat berada dalam rentang umur 18-50 tahun. Wawancara dilakukan secara langsung (tatap muka) dengan mengajukan beberapa pertanyaan pada Tabel I.1.

Tabel I.1. Daftar Pertanyaan Wawancara Awal

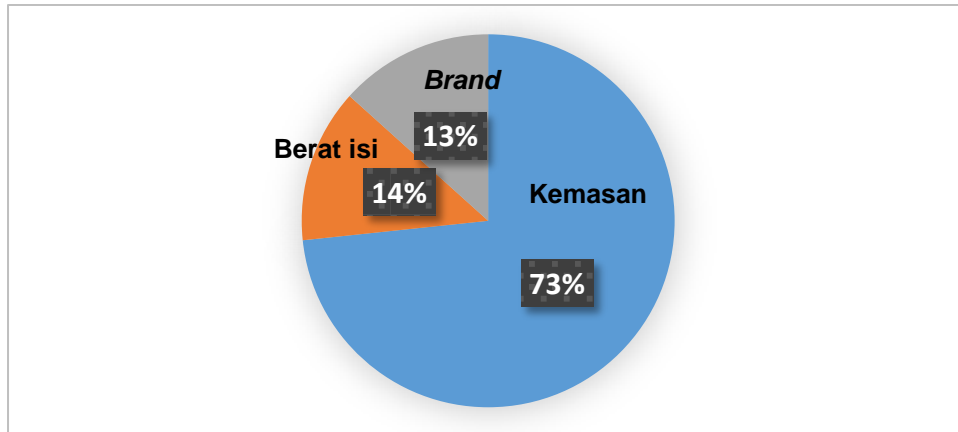
No.	Pertanyaan
1	Apa sajakah yang menjadi pertimbangan Anda, disamping rasa dan harga, saat melakukan pembelian granola? Urutkan dari prioritas paling terpenting (dapat lebih dari 1)
2	Sebutkan <i>brand</i> granola lokal yang paling sering atau pernah Anda konsumsi (dapat lebih dari 1 <i>brand</i>)
3	Berapa gram granola yang biasanya Anda beli untuk dikonsumsi?
4	Sebutkan keluhan Anda tentang produk granola lokal saat ini?

Dari hasil wawancara, didapatkan 30 responden dengan 13 responden pria dan 17 responden wanita, pernah mengonsumsi granola dalam kemasan dalam satu bulan terakhir, serta memiliki persentase umur seperti Gambar I.2.



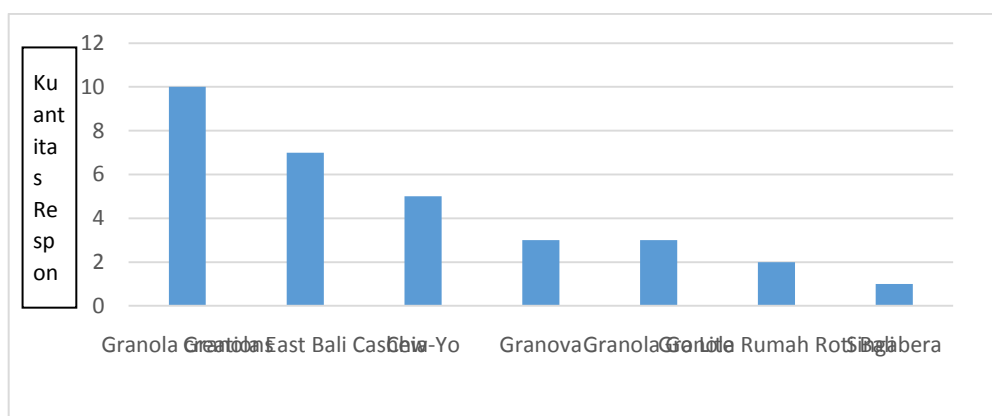
Gambar I.2. Persentase Umur Responden Wawancara

Untuk menanggapi pertanyaan pertama, 22 responden (73,33%) mempertimbangkan kemasan sebagai prioritas pertama, empat responden (13,33%) mempertimbangkan berat isi dari granola, dan sisanya mempertimbangkan *brand* seperti yang ditampilkan pada Gambar I.3.



Gambar I.3. Faktor Pertimbangan saat Membeli Granola

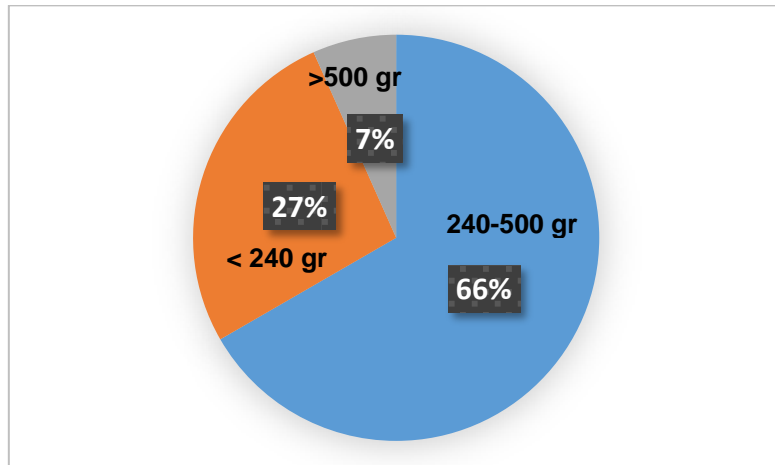
Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa kemasan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Kemudian, untuk pertanyaan kedua, *brand* granola yang dikonsumsi oleh konsumen terdapat pada Gambar I.4. Tujuh responden (23,33%) tidak mengetahui atau melupakan *brand* yang dikonsumsi. Sumbu Y merepresentasikan kuantitas penyebutan dari *brand* granola oleh responden. Responden dapat menyebutkan lebih dari satu *brand* granola. *Brand* granola sendiri direpresentasikan dalam sumbu X.



Gambar I.4. *Brand* Granola yang Dikonsumsi

Selanjutnya, untuk menanggapi pertanyaan ketiga, 20 responden (66,67%) mengonsumsi granola dengan kisaran 240-500 gram (sedang).

Sedangkan delapan responden (26,67%) mengkonsumsi granola ukuran <240 gram (kecil) dan dua responden sisanya (6,67%) mengkonsumsi granola >500 gram (besar). Seperti yang ditunjukkan pada Gambar I.5



Gambar I.5. Persentase Berat Bersih Granola yang Dikonsumsi Konsumen

Gambar I.6 menunjukkan tujuh *brand* granola lokal yang diketahui oleh responden hasil wawancara. Dari ketujuh *brand* tersebut, dipersempit kembali dan akan dipilih *brand* Granola Creations, Granola East Bali Cashew, Chia-Yo, Granova, dan Granola Go-Lite yang merupakan lima *brand* teratas. Berat bersih yang akan menjadi sasaran adalah kisaran 240-500 gram dimana yang paling banyak dibeli oleh konsumen. Tetapi oleh karena kisaran berat bersih kelima *brand* tersebut berada pada 240-400 gram, maka dari itu pada penelitian ini akan dipersempit menjadi 240-400 gram.



Gambar I.6. Berbagai *Brand* Granola; 1. Granola Creations (240 gram), 2. Granola East Bali Cashews (400 gram), 3. Chia-Yo (250 gram), 4. Granova (350 gram), 5. Granola Rumah Roti Bali (500 gram), 6. Granola Go-Lite (300 gram), 7. Singabera (400 gram) (Sumber: Gambar 2 & 5: BaliMall, 2017, Gambar 4: Granova, 2017, Gambar 7: Singabera, 2017)

Tanggapan untuk pertanyaan terakhir, sekitar delapan responden mengeluhkan tentang visual yang ada pada kemasan, baik itu karena konsumen yang kesulitan untuk memahami produk granola, kesalahpahaman visual yang terjadi sehingga konsumen mengira produk bukan granola, penampilan yang kurang baik dibandingkan dengan produk impor, warna dari kemasan yang kurang mencolok, dan kemasan yang kurang menarik perhatian karena terlalu monoton.

Kemudian terdapat tiga responden yang mengeluhkan tentang *ziplock* pada kemasan granola, dimana setelah pemakaian beberapa kali tidak dapat digunakan karena copot, selain itu juga *ziplock* sulit digunakan karena keras. Hasil dari wawancara tersebut menyatakan bahwa terdapat masalah yang dikeluhkan oleh konsumen pada produk granola lokal dan perlu untuk diselesaikan, terutama dari masalah visual kemasan.

Adanya prediksi perkembangan penjualan pada produk granola seperti yang telah dijelaskan sebelumnya memungkinkan terjadinya persaingan antar *brand* granola dan menuntut pelaku usaha untuk berkembang dan berinovasi dengan produknya masing-masing. Apalagi dengan adanya produk granola impor yang juga beredar, produk granola lokal tidak boleh kalah bersaing.

Menurut Kartajaya (1996), teknologi telah membuat *packaging* berubah fungsi, dari 'kemasan melindungi apa yang dijual' menjadi 'kemasan menjual apa yang dilindungi'. Dengan kata lain, kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau wadah tetapi harus dapat menjual produk yang dikemasnya tersebut. Maka dari itu, dibutuhkan perancangan yang memperhatikan keinginan dan aspek emosional konsumen sehingga kemasan dapat menjual dan sesuai dengan keinginan konsumen.

Perancangan berdasarkan aspek emosional tersebut dapat dilakukan dengan berbagai macam metode. Metode pertama, yaitu *Four Pleasures* (Jordan, 2000), digunakan untuk merancang produk yang dapat memberikan *pleasure* atau kesenangan, sehingga menghasilkan keuntungan praktis, emosional, dan hedonis bagi konsumen. Kesenangan yang dimaksud terbagi

menjadi empat, yaitu *physio-pleasures*, *socio-pleasures*, *psycho-pleasures*, dan *ideo-pleasures* (Jordan, 2000).

Metode kedua, yaitu *Product Emotion Measurement Instrument* (PrEmo) (Desmet, 2003), merupakan instrumen non-verbal yang dapat mengukur empat belas emosi yang sering ditimbulkan oleh desain produk. Empat belas emosi tersebut terbagi menjadi dua kategori, yaitu *pleasant emotions* dan *unpleasant emotions* (Desmet, 2003). Metode ketiga, yaitu *three layers model of emotion* (Norman, 2004). *Three layers* ini terdiri dari *visceral*, *behavioral*, dan *reflective design*. *Visceral Level* merupakan penilaian secara cepat tentang apa yang baik atau buruk, aman atau bahaya, kemudian mengirimkan sinyal yang sesuai pada otot dan memperingatkan seluruh bagian otak. *Behavioral Level* merupakan tempat mayoritas tindakan manusia, sedangkan *Reflective Design Level* merupakan tingkat tertinggi dimana tidak mempunyai akses langsung terhadap input panca indra atau pengaturan perilaku (Norman, 2004).

Metode keempat, yaitu *Kansei Engineering* (Nagamachi, 2011), merupakan penggabungan antara perasaan psikologis dengan desain produk, sehingga dihasilkan produk yang sesuai dengan emosi dan keinginan dari konsumen, berupa teknologi penerjemah dari perasaan konsumen dan citra dari produk ke dalam elemen perancangan (Nagamachi, 2011).

Dalam melakukan perancangan kemasan granola, digunakan gabungan antara *Kansei Engineering* dan *Kano Model*. *Kano Model* merupakan teori dari pengembangan produk dan kepuasan konsumen yang mengklasifikasikan preferensi konsumen menjadi tiga kategori, yaitu *Must-be Quality*, *One dimensional Quality*, dan *Attractive Quality* (Kano, 1984). *Kansei Engineering* dipilih karena kata-kata *Kansei* dapat dengan jelas menunjukkan dan mencakup seluruh perasaan dari konsumen. Kata-kata *Kansei* yang diinginkan oleh konsumen pada produk didapatkan dari konsumen sendiri, sehingga akan tepat sasaran dan dapat lebih *detail*.

Kano Model digunakan untuk melengkapi *Kansei Engineering* untuk mengetahui seberapa baik atribut produk atau atribut kemasan dapat memuaskan pelanggan, sehingga atribut tersebut dapat diprioritaskan dan hasil perancangan dapat lebih dipastikan akan sesuai dengan apa yang diharapkan. Dengan menggunakan *Kano Model*, pemilik usaha granola juga menjadi lebih mengetahui prioritas apa saja yang harus diperhatikan saat melakukan

perancangan kemasan, apabila di lain waktu akan dilakukan perancangan kemasan kembali.

Menurut Haryono dan Bariyah (2014), faktor penentu keberhasilan suatu produk terletak pada konsumen, oleh karena itu diperlukan desain yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada proses identifikasi keinginan konsumen, sangatlah penting untuk menganalisis keinginan konsumen yang tercurahkan pada perasaan untuk diterjemahkan pada suatu produk. *Kansei Engineering* merupakan metodologi yang cocok, karena *Kansei Engineering* sendiri merupakan metode yang digunakan untuk penerjemahan proses psikologis manusia pada produk. Jika citra dan keinginan konsumen terpenuhi, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan produk. Kepuasan sendiri merupakan sesuatu yang bersifat abstrak, tetapi kepuasan tersebut dapat ditangkap dan diukur dengan *Kano Model*, sehingga preferensi konsumen terhadap produk dapat diketahui.

Menurut Pamanggih, *et al.* (2017), disebabkan ketatnya persaingan pasar, perlu disusun strategi untuk menghadapi situasi tersebut. Salah satu pemecahan permasalahan tersebut adalah dengan menarik perhatian dari konsumen berupa kemasan yang dirancang berdasarkan persepsi konsumen sendiri menggunakan *Kansei Engineering* dan *Kano Model*. *Kansei Engineering* merupakan metode pengembangan produk yang menerjemahkan kesan, perasaan, dan tuntutan konsumen terhadap produk. Sedangkan *Kano Model* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel desain terhadap keinginan dan harapan konsumen. *Kano Model* dapat memungkinkan pemilik usaha menentukan prioritas faktor yang akan dikembangkan lebih lanjut dalam menentukan desain.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa integrasi dari *Kansei Engineering* dan *Kano Model* merupakan metode yang cocok untuk merancang produk berdasarkan keinginan konsumen. Hanya sedikit penelitian perancangan kemasan yang menggunakan kedua metode tersebut, sehingga merupakan keunggulan dari penelitian ini. Penelitian ini juga menyediakan *prototype* kemasan produk granola. Pada Tabel 1.2 akan dijabarkan kelebihan dan kekurangan penelitian yang sudah ada.

Tabel 1.2. Kelebihan dan Kekurangan Penelitian Kemasan

No.	Penelitian Oleh	Kemasan	Metode	Kelebihan	Kekurangan
1	Jazuli, Meinawati, dan Setyaningrum, (2016)	Bandeng Duri Lunak	<i>Kansei Engineering</i> dan <i>Kano Model</i>	Menggunakan metode <i>Kansei Engineering</i> dan <i>Kano Model</i> sehingga diketahui elemen desain yang sesuai dengan keinginan konsumen dan elemen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen	Tidak dilengkapi dengan <i>prototype</i> kemasan sehingga konsumen tidak dapat membandingkan dengan kemasan lama

(lanjut)

Tabel I.2. Kelebihan dan Kekurangan Penelitian Kemasan (lanjutan)

No.	Penelitian Oleh	Kemasan	Metode	Kelebihan	Kekurangan
2	Pamang-giasih, <i>et al.</i> (2017)	Keripik Buah	Rekayasa <i>Kansei</i> dan <i>Kano Model</i>	Menggunakan metode <i>Kansei Engineering</i> dengan <i>Kano Model</i> sehingga diketahui elemen desain yang sesuai dengan keinginan konsumen serta elemen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sendiri	Penelitian tidak menyediakan usulan kemasan keripik buah, hanya diketahui elemen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
3	Wicaksono, <i>et al.</i> (2017)	Keripik Balado "Christine Hakim"	<i>Kansei Engineering</i>	Menggunakan metode <i>Kansei</i> sehingga hasil usulan sesuai dengan keinginan target konsumen	Penelitian hanya menggunakan metode <i>Kansei</i> sehingga tidak diketahui elemen atau indikator apakah yang paling signifikan terhadap kepuasan konsumen untuk diprioritaskan
4.	Tunky dan Kohardinata (2016)	Keripik Pisang Bannation	Pendekatan Kualitatif	Menghasilkan usulan yang sesuai dengan wawancara kualitatif	Hanya dengan pendekatan kualitatif sehingga penelitian tidak dapat digeneralisasi
5.	Trahazura, Hasun, Aurachman, (2017)	Ayam Geprek Berings	<i>Quality Function Deployment</i>	Berdasarkan metode QFD yang sesuai dengan <i>voice of customer</i>	Penerjemahan dari karakteristik teknis kepada spesifikasi kepada hasil usulan kemasan tidak sinkron
6.	Geraldine (2017)	Marco Makaroni	<i>Kansei Engineering</i>	Menggunakan metode <i>Kansei</i> sehingga hasil usulan sesuai dengan keinginan target konsumen	Penelitian hanya menggunakan metode <i>Kansei</i> sehingga tidak diketahui elemen atau indikator

					apakah yang paling signifikan terhadap kepuasan konsumen untuk diprioritaskan
--	--	--	--	--	---

Berdasarkan Tabel 1.2 tersebut, dapat diketahui bahwa penelitian ini akan menutupi beberapa kelemahan dari penelitian yang telah ada dengan menyediakan evaluasi akhir dengan *prototype* kemasan disertai dengan kombinasi metode *Kansei Engineering* dan *Kano Model*.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diperoleh beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kata-kata *Kansei* yang dijadikan pertimbangan oleh konsumen terkait kemasan produk granola?
2. Bagaimana usulan rancangan kemasan produk granola berdasarkan integrasi *Kansei Engineering* dan *Kano Model*?
3. Bagaimana evaluasi terhadap usulan rancangan kemasan produk granola berdasarkan integrasi *Kansei Engineering* dan *Kano Model*?

1.3. Batasan Masalah dan Asumsi

Pembatasan masalah dan asumsi dibuat untuk menggambarkan dan membatasi situasi agar penelitian yang dilakukan terfokus pada tujuan, sehingga dapat tepat dan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Brand* granola yang diambil untuk diamati merupakan *brand* granola lokal, dan merupakan lima *brand* teratas yang paling banyak dikenali oleh 30 responden wawancara awal.
2. Perancangan kemasan granola yang dilakukan hanya untuk ukuran sedang, yaitu kisaran 240 - 400 gram.
3. Perancangan granola dilakukan hanya untuk produk dengan nilai terkecil pada kuesioner metode *Kansei Engineering*
4. Rasa dan harga dari granola tidak dipertimbangkan dalam penelitian.
5. Pengambilan data serta penilaian yang dilakukan pada kemasan granola hanya secara visual.

Penelitian ini juga menggunakan asumsi. Asumsi dibuat untuk menetapkan kondisi agar kondisi penelitian dapat direpresentasikan dengan

jelas. Asumsi yang digunakan adalah kemasan granola yang akan dirancang tidak akan mengalami perubahan selama penelitian berlangsung.

I.4. Tujuan Penelitian

Penelitian memiliki beberapa tujuan sehubungan dengan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya. Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Mengidentifikasi kata-kata *Kansei* yang dijadikan pertimbangan konsumen terkait kemasan produk granola.
2. Merancang usulan kemasan produk granola berdasarkan integrasi *Kansei Engineering* dan *Kano Model*.
3. Mengevaluasi usulan rancangan kemasan produk granola berdasarkan integrasi *Kansei Engineering* dan *Kano Model*.

I.5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Pemilik Usaha

Pemilik usaha dapat mengetahui kemasan yang diinginkan oleh konsumen, sehingga diharapkan kemasan yang baru dapat lebih maksimal membuat konsumen tertarik. Selain itu, dapat diketahui prioritas apa yang harus dipenuhi terlebih dahulu untuk mendapatkan kemasan yang sesuai berdasarkan perspektif konsumen, sehingga memuaskan konsumen apabila akan ada perubahan kemasan kembali di lain waktu.

2. Bagi Penulis

Manfaat yang diperoleh bagi penulis adalah penulis dapat lebih mengetahui ilmu tentang *Kansei Engineering* dan *Kano Model* maupun integrasinya. Penulis juga dapat mengetahui pengaruh desain kemasan menurut perspektif konsumen granola terutama dari sisi emosional produk.

3. Bagi Pembaca

Manfaat yang diperoleh bagi pembaca adalah dapat menambah wawasan tentang granola, *Kansei Engineering*, dan *Kano Model*. Selain itu, pembaca yang akan melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan

perancangan kemasan atau metode yang serupa dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi.

I.6. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian berisi tahap-tahap yang akan dilakukan dari awal hingga hasil akhir penelitian. Metodologi penelitian membantu penelitian lebih sistematis, jelas dan terstruktur. Dengan menerapkan metodologi penelitian, diharapkan didapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Metodologi akan direpresentasikan dalam bentuk diagram alir (*flow chart* diagram) yang dapat dilihat pada Gambar I.7. Berikut merupakan penjelasan dari metodologi penelitian yang akan digunakan:

1. Penentuan Topik dan Objek Penelitian

Topik penelitian merupakan pokok permasalahan yang akan dibahas. Topik penelitian menentukan objek penelitian yang akan dikaji selanjutnya. Pada penelitian ini, topik yang akan dibahas berupa perancangan kemasan dengan objek yang diteliti adalah granola.

2. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan untuk memperoleh informasi dan referensi yang berkaitan dengan perancangan kemasan granola. Studi pendahuluan juga dilakukan untuk mengetahui teori dan metode yang dapat digunakan untuk perancangan kemasan granola. Pada penelitian ini, akan digunakan metode *Kansei Engineering* dan *Kano Model*.

3. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Dilakukan observasi dan wawancara kepada konsumen. Dari observasi dan wawancara, ditemukan masalah yang kemudian dirumuskan menjadi pertanyaan yang berkaitan dengan masalah yang ada pada kemasan produk granola. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah tentang kata *Kansei* yang terbentuk, usulan dan evaluasi berdasarkan integrasi *Kansei Engineering* dan *Kano Model*.

4. Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

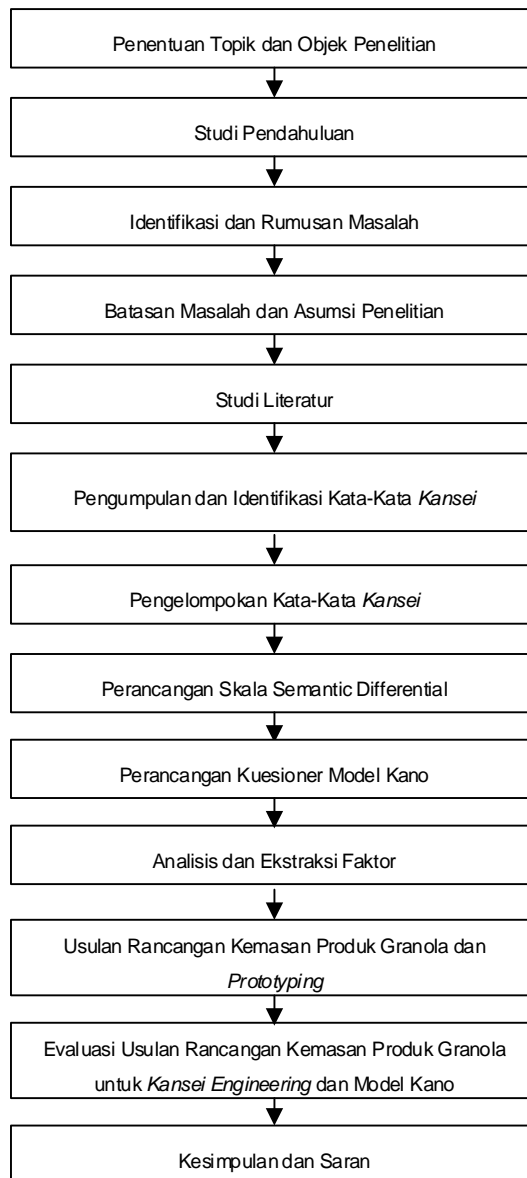
Batasan masalah diperlukan agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas. Penelitian menjadi terfokus, sehingga tidak menyimpang dari maksud penelitian yang dilakukan. Asumsi penelitian digunakan untuk menyederhanakan penelitian yang dilakukan.

5. Studi Literatur

Tahap selanjutnya adalah studi literatur. Literatur yang digunakan adalah literatur mengenai metode *Kansei Engineering* untuk penerjemahan proses psikologis manusia pada produk, dan *Kano Model* untuk preferensi konsumen terhadap produk.

6. Pengumpulan dan Identifikasi Kata-Kata *Kansei*

Kata-kata *Kansei* dikumpulkan dan diidentifikasi melalui studi literatur secara *online* lewat *website* terpercaya yang berhubungan dengan granola, serta terhadap iklan dan kemasan granola. Kata *Kansei* juga dikumpulkan dan diidentifikasi melalui wawancara kepada konsumen.



Gambar I.7. Metodologi Penelitian

7. Pengelompokan Kata-Kata *Kansei*

Pengelompokan kata-kata *Kansei* dilakukan dengan menggunakan diagram afinitas. Pengelompokan tersebut bertujuan agar kata-kata *Kansei* dapat disederhanakan, atau dengan kata lain, kata-kata *Kansei* yang sama atau mirip dapat disatukan menjadi kata-kata *Kansei* yang baru yang dapat mewakili kata-kata *Kansei* lama.

8. Perancangan Skala *Semantic Differential*

Skala *Semantic Differential* digunakan untuk kuesioner guna mengetahui bagaimana responden menilai dan memilih skala keinginannya terhadap

suatu *Kansei* yang selanjutnya akan menentukan kemasan produk granola yang akan dirancang.

9. Perancangan Kuesioner *Kano Model*

Kemudian, dibuat kuesioner *Kano Model* untuk mengetahui variabel apa saja yang paling berdampak terhadap kepuasan konsumen untuk prioritas perancangan kemasan yang baru.

10. Analisis dan Ekstraksi Faktor

Data kuesioner yang telah didapatkan kemudian dijadikan input untuk analisis faktor terhadap variabel yang ada. Hal ini dilakukan agar variabel yang diduga memiliki keterkaitan satu sama lain dapat dikelompokkan atau diekstraksi menjadi jumlah variabel yang lebih sedikit.

11. Usulan Rancangan Kemasan Produk Granola dan *Prototyping*

Usulan kemasan akan dibuat sesuai dengan variabel-variabel konsep yang telah ditentukan lewat analisis dan ekstraksi faktor. Variabel konsep yang menjadi prioritas akan diutamakan karena paling mempengaruhi kepuasan konsumen. Setelah didapatkan rancangan usulan yang digunakan, dibuat *prototype* berdasarkan rancangan terpilih.

12. Evaluasi Usulan Rancangan Kemasan Produk Granola

Evaluasi Rancangan dilakukan dengan memberikan kuesioner pada target konsumen untuk mengetahui bagaimana performansi kemasan setelah kemasan diperbaiki. Peneliti serta pemilik usaha juga bisa mendapatkan *feedback* dari proses ini dari konsumen.

13. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan penelitian menjawab tujuan dari penelitian yang dilakukan. Sedangkan saran berisi hal-hal yang dapat dilakukan dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perancangan kemasan.

I.7. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan bertujuan untuk menjelaskan secara singkat isi dari tiap bab yang ada pada penelitian ini. Penelitian ini secara sistematis dikemas menjadi enam bab dari pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, hingga perancangan dan evaluasi, analisis, serta kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasan dari tiap bab yang ada.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan merupakan pengantar dari penelitian ini. Pada bab ini, dibahas tentang latar belakang masalah dari penelitian yang akan dilakukan, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka merupakan bab yang berisi tentang teori yang akan digunakan selama penelitian. Teori yang akan digunakan tersebut diantaranya adalah teori mengenai pengertian dan fungsi kemasan, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia tentang Kemasan, desain kemasan, serta teori yang berhubungan dengan *Kansei Engineering* dan *Kano Model*.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab pengumpulan dan pengolahan data akan dibahas tentang cara dan metode pengumpulan data berupa wawancara kata-kata *Kansei* dan kuesioner dengan skala *semantic differential*, pengujian hingga pengolahan dari data tersebut dengan metode *Kansei Engineering* dan *Kano Model*. Dari bab ini akan didapatkan satu *brand* produk granola yang akan dirancang pada bab selanjutnya

BAB IV PERANCANGAN DAN EVALUASI

Pada bab ini akan dijelaskan proses bagaimana cara menghubungkan antara kata *Kansei* dengan bagian dari kemasan yang selanjutnya akan dibuat rancangan kemasan produk granola. Setelah didapatkan beberapa rancangan tersebut, akan dibuat *prototype* dan tiap alternatif akan dievaluasi oleh konsumen

BAB V ANALISIS

Bab ini berisi tentang analisis dari penelitian yang telah dilakukan, mulai dari analisis tentang pengumpulan dan pengolahan data, serta analisis tentang perancangan dan evaluasi. Analisis mencari tahu tentang bagaimana suatu hal dapat terjadi serta menggali lagi lebih dalam tentang suatu hal

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup dari penelitian, berupa kesimpulan yang menjawab tujuan dari penelitian serta saran untuk penelitian ke depan.

