

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan maraknya usaha *home-industry* dan permintaan konsumen akan makanan ringan yang terus meningkat, munculah persaingan ketat dalam bisnis makanan ini. Setiap kompetitor saling bersaing dalam menciptakan produk yang berkualitas seperti bentuk, ukuran, rasa, kemasan dan harga. Tidak hanya kualitas produk saja yang berpengaruh besar dalam penjualan. Kemasan juga mempunyai peran yang sangat penting dalam pemasaran sebuah produk. Dalam penjualan produk makanan, tentu saja diperlukan sebuah kemasan sebagai wadah guna melindungi produk makanan yang ada di dalamnya agar tidak rusak, terutama bila produk makanan tersebut adalah produk keripik yang mudah remuk. Tidak hanya fungsinya saja, penampilan luar kemasan makanan juga berperan kuat menarik konsumen untuk membeli suatu produk. Kemasan merupakan salah satu faktor pencipta suatu *image* tertentu yang ingin dibangun oleh produk. Desain dari suatu kemasan mengaitkan semua bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan ini sendiri berfungsi untuk membungkus, melindungi, mengirim, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk dalam pemasarannya (Klimchuk dan Krasovec, 2007).

UKM Ibu Ning merupakan UKM yang bergerak di bidang pembuatan makanan Kolang-Kaling. Kemasan yang digunakan oleh Ibu Ning dulunya adalah toples plastik yang disablon nama produknya. Kemasan yang seperti ini sudah sangat umum digunakan untuk membungkus makanan Kolang-Kaling terlihat biasa dan tidak memiliki perbedaan dengan produk lain. Permasalahan muncul ketika penampilan Kolang-Kaling Ibu Ning mirip dengan Kolang-Kaling dari industri rumahan yang lebih dahulu ada di pasaran namun memiliki rasa yang diminati pembeli.

Salah satu metode yang digunakan untuk merancang kemasan ini adalah dengan menggunakan *Kansei Engineering*. Metode *Kansei Engineering* adalah metode yang dipakai untuk mengidentifikasi aspek psikologis konsumen saat berinteraksi dengan produk dan menemukan hubungan antara perasaan tersebut dengan karakteristik produk berdasarkan citra image konsumen atau diartikan sebagai *picture of mind*, yaitu suatu gambaran yang ada di dalam benak seseorang (Nagamachi, 2010). Pada penerapannya, metode ini mempunyai ciri khas berupa kata-kata yang melambangkan keinginan konsumen pada produk tersebut, yang biasa disebut kata-kata *Kansei*. Kata-kata *Kansei* ini menjadi variabel-variabel yang nantinya akan menjadi pertimbangan dalam merancang kemasan Kolang Kaling.

Penelitian pendahuluan telah dilakukan untuk mengetahui kata-kata *kansei* yang mewakili perasaan konsumen terhadap kemasan produk kolang kaling ini. Pada kenyataannya kata-kata *kansei* yang ditemukan sangat beragam karena banyaknya sudut pandang konsumen yang menuangkan perasaannya ke dalam kata-kata *kansei* tersebut. Contohnya pada kata *kansei* “*Modern - Tradisional*”, total responden ada 38, 42,1% konsumen memilih kata *kansei modern* sementara 31,1% konsumen memilih kata *kansei tradisional* serta 26,8% memilih netral. Semua kata *kansei* yang sudah didapat nantinya akan diinterpretasikan untuk mengambil keputusan dalam mengembangkan kemasan produk kolang kaling. Dibutuhkan metode kuantitatif untuk menginterpretasikan kata-kata *kansei* tersebut. Pada penelitian kali ini penulis menggunakan metode *Principal Component Analysis*. Menurut Tabachnick (2001 : 582), PCA (*Principal Component Analysis*) adalah teknik statistik yang diaplikasikan untuk satu kumpulan variabel ketika peneliti tertarik untuk menemukan variabel mana dalam kumpulan tersebut yang berhubungan dengan lainnya. Variabel berkorelasi satu dengan yang lainnya tetapi independen dengan subset lain yang merupakan kombinasi variabel-variabel di dalam faktor. Faktor adalah yang mencerminkan proses yang mendasari yang mempunyai korelasi antar variabel. Tujuan PCA adalah untuk menjelaskan bagian dari variasi dalam kumpulan variabel yang diamati atas dasar beberapa dimensi.

Pertimbangan dan usulan dari konsumen tersebut harus mampu dihimpun oleh sebuah perusahaan untuk mempermudah perusahaan tersebut dalam melakukan pengembangan kemasan produk yang lebih baik lagi. Untuk menghimpun pertimbangan dan usulan konsumen dengan kata-kata *kansei* tersebut diperlukan sistem informasi manajemen salah satunya adalah sistem pendukung keputusan. Sistem Pendukung Keputusan (SPK) atau *Decision Support System* (DSS) adalah sebuah sistem yang mampu memberikan kemampuan pemecahan masalah maupun kemampuan pengkomunikasian untuk masalah dengan kondisi semi terstruktur dan tak terstruktur. Sistem ini digunakan untuk membantu pengambilan keputusan dalam situasi semi terstruktur dan situasi yang tidak terstruktur, dimana tak seorangpun tahu secara pasti bagaimana keputusan seharusnya dibuat (Turban, 2001). Sistem Pendukung Keputusan ini sangat penting bagi sebuah perusahaan namun untuk dibidang UKM di Indonesia masih belum memiliki sistem pendukung keputusan seperti ini. Maka pada tugas akhir ini penulis membuat judul : “Perancangan Sistem Pendukung Keputusan Elemen Kemasan Kolang Kaling dengan Metode *Kansei Engineering* (Studi Kasus: UKM IBU NING)”.

I.2 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Aspek-aspek apa saja yang diperlukan untuk mengembangkan desain kemasan produk Kolang Kaling dengan menggunakan metode *kansei engineering*?
- b. Apa saja kata-kata *kansei* yang berhubungan dengan kemasan produk kolang kaling?
- c. Bagaimana penerapan *Principal Component Analysis* untuk menyeleksi kata-kata *kansei*?
- d. Bagaimana merancang sistem pendukung keputusan untuk membantu UKM dalam mengembangkan desain kemasan produk kolang kaling?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Menghasilkan kata *kansei* yang terseleksi untuk mengembangkan desain kemasan produk kolang kaling.
- b. Menentukan elemen desain yang sesuai dengan spesifikasi desain kemasan produk kolang kaling.
- c. Keinginan konsumen mampu tersegmentasi dengan metode *kansei engineering*.
- d. Memberikan pengembangan dan menghasilkan sistem informasi manajemen untuk memudahkan proses pengembangan desain kemasan produk kolang kaling.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Membantu produsen atau UKM khususnya dibagian pemasaran untuk mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen.
- b. Memberikan pengetahuan tambahan tentang metode identifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen serta sistem informasi manajemen kepada bidang pendidikan atau akademis.

I.5 Pembatasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Penelitian terfokus pada desain kemasan kolang kaling.
- b. Pengukuran parameter teknik menggunakan metode *kansei engineering*.
- c. Penggunaan metode *Principal Component Analysis* dalam mengelompokkan kata-kata *kansei*.
- d. *Kansei Engineering* yang digunakan tipe I.
- e. Elemen desain yang digunakan antara lain: Tutup, Bahan, Bentuk, dan Label

I.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan masalah maka dibuat suatu sistematika penulisan yang dapat menjelaskan secara singkat mengenai gambaran penelitian, sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dijelaskan tentang hasil penelitian yang berhubungan dengan teori-teori dasar serta hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Pada bab ini memuat tentang penelitian terdahulu dan landasan teori yang berkaitan dengan *kansei engineering*.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian, metode pemecahan masalah secara sistematis dari menentukan masalah, pengumpulan data, pengolahan data, menganalisis sampai menarik suatu kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menampilkan tentang data-data yang telah didapatkan secara langsung serta menyajikannya dalam bentuk yang mudah dipahami, serta membahas tentang pengolahan data yang membantu dalam proses pemecahan masalah.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah didapatkan berdasarkan dari pengolahan dan analisa data penelitian yang dilakukan dan memberikan saran yang berguna bagi perusahaan.