

**USULAN PERBAIKAN RANCANGAN KEMASAN  
PRODUK BUBUK DENGAN MENGGUNAKAN HOUSE  
OF QUALITY FASE 1 DAN 2 SERTA PETA MORFOLOGI  
(STUDI KASUS : IKM KOPI SAHABAT PRODUK KOPI DURIAN)**

**TUGAS AKHIR**

**Karya tulis sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari  
Program Studi Teknik Industri  
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**



**Oleh**

**Aidil Fitri Ansyah**

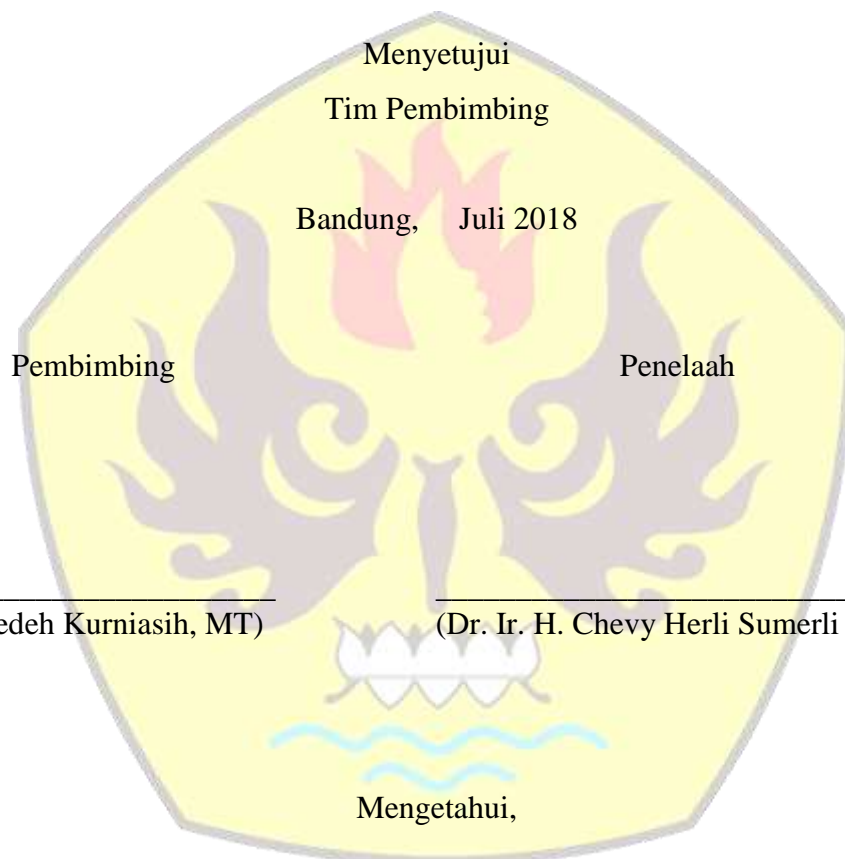
**NRP : 143010194**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PASUNDAN  
2018**

**USULAN PERBAIKAN RANCANGAN KEMASAN  
PRODUK BUBUK DENGAN MENGGUNAKAN HOUSE  
OF QUALITY FASE 1 DAN 2 SERTA PETA MORFOLOGI  
(STUDI KASUS : IKM KOPI SAHABAT PRODUK KOPI DURIAN)**

Oleh

**Aidil Fitri Ansyah  
NRP : 143010194**



Ketua Program Studi

Ir. Toto Ramadhan, MT

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang Masalah .....	I-1
I.2 Rumusan Masalah .....	I-8
I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	I-8
I.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi-asumsi .....	I-8
I.5 Sistematika Penulisan .....	I-9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b>	
II.1 Pengertian Produk .....	II-1
II.1.1 Tingkatan Produk .....	II-1
II.1.2 Atribut Produk .....	II-2
II.2 Kemasan Produk .....	II-2
II.2.1 Fungsi Kemasan .....	II-3
II.2.2 Manfaat Kemasan .....	II-4
II.2.3 Faktor-faktor Kemasan .....	II-4
II.2.4 Jenis-jenis Pengemasan .....	II-7
II.2.5 Unsur-Unsur Kemasan .....	II-7
II.2.6 Strategi Kemasan .....	II-8
II.2.7 Syarat Merancang Kemasan yang Menarik .....	II-9
II.2.8 Desain Kemasan .....	II-11
II.3 Kepuasan Konsumen .....	II-13

II.3.1	Elemen Kepuasan konsumen .....	II-14
II.3.2	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	II-14
II.4	Perancangan dan Pengembangan Produk .....	II-15
II.4.1	Identifikasi Kebutuhan Pelanggan .....	II-15
II.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	II-16
II.4.3	Teknik Pengolahan Data .....	II-19
II.4.4	Metode Perancangan Produk .....	II-20
II.5	Quality Function Deployment .....	II-23
II.5.1	Pengertian <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).....	II-23
II.5.2	Unsur <i>Quality Function Deployment</i> (QFD) .....	II-24
II.5.3	Fase-Fase dalam model <i>Quality Function Deployment</i> (QFD) ..	II-24
II.5.4	Manfaat <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).....	II-25
II.5.5	<i>House of Quality</i> (HOQ).....	II-29
II.5.6	Pengembangan Alternatif Rancangan Produk .....	II-33
<b>BAB III USULAN PEMECAHAN MASALAH</b>		
III.1	Bagan Aliran Penelitian.....	III-1
III.2	Model Pemecahan Masalah .....	III-2
III.3	Populasi dan Sampel .....	III-3
III.4	Teknik Pengumpulan Data .....	III-4
III.5	Identifikasi Variabel .....	III-5
III.6	Teknik Pengolahan Data .....	III-6
III.6.1	Penyusunan <i>House of Quality</i> (HOQ) .....	III-6
III.6.2	Peta Morfologi.....	III-8
III.7	Analisa dan Pembahasan .....	III-10
III.8	Kesimpulan dan Saran .....	III-10
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b>		
IV.1	Pengumpulan dan Pengolahan Data kuesioner .....	IV-1
IV.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	IV-1
IV.1.2	Penentuan Responden .....	IV-1
IV.1.3	Penyusunan Kuesioner.....	IV-2

IV.1.4	Penyebaran Kuesioner.....	IV-3
IV.1.5	Pengumpulan Kuesioner .....	IV-4
IV.1.6	Data Penelitian .....	IV-8
IV.2	Pengolahan Data.....	IV-10
IV.2.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas dengan SPSS .....	IV-10
IV.2.2	Perancangan Desain Kemasan Produk.....	IV-13
IV.2.2.1	<i>House of Quality</i> Fase 1 .....	IV-13
IV.2.2.2	<i>House of Quality</i> Fase 2 .....	IV-26
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>		
V.1	Profil Responden .....	V-1
V.1.1	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	V-3
V.2	Perancangan Desain Kemasan Produk .....	V-4
V.2.1	Analisis Kebutuhan Konsumen Terhadap Tingkat Kepentingan.....	V-4
V.2.2	Analisis <i>HOQ</i> Fase 1 dan <i>HOQ</i> Fase 2 .....	V-5
V.2.3	Analisis Rancangan Perbaikan Desain Kemasan Produk.....	V-8
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
VI.1	Kesimpulan.....	VI-1
VI.2	Saran.....	VI-2
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

# **USULAN PERBAIKAN RANCANGAN KEMASAN PRODUK BUBUK DENGAN MENGGUNAKAN HOUSE OF QUALITY FASE 1 DAN 2 SERTA PETA MORFOLOGI (STUDI KASUS : IKM KOPI SAHABAT PRODUK KOPI DURIAN)**

AIDIL FITRI ANSYAH  
NRP : 143010194

## **ABSTRAK**

*Industri Kecil Menengah (IKM) Kopi Sahabat merupakan salah satu IKM yang ada di Kota Lubuk Linggau bergerak dibidang produksi kopi bubuk hitam dan kopi bubuk rasa durian. IKM Kopi Sahabat selalu dituntut untuk meningkatkan kualitas produk serta penggunaan kemasan yang lebih baik, karena semakin ketatnya persaingan dan munculnya berbagai jenis kopi yang masuk ke Indonesia akibat kawasan ekonomi terintegrasi di wilayah Asia Tenggara dengan kemasan produk yang lebih unggul. Hal ini terkait dengan munculnya pengemasan yang digunakan pesaing untuk produk kopi durian yang lebih unggul.*

*Kemasan kopi durian yang digunakan saat ini mempunyai beberapa keluhan dari konsumen yaitu adanya penggumpalan serbuk didalam kemasan menimbulkan bau serta rasa asam dan dapat merusak kualitas kopi durian tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan usulan dalam perancangan ulang kemasan produk kopi durian dengan mempertimbangkan keinginan konsumen dalam pengembangan desain kemasan produk agar dapat mengatasi permasalahan kemasan yang telah digunakan saat ini.*

*Berdasarkan hasil rancangan dari HOQ dan peta morfologi maka didapatkan hasil rancangan akhir yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat meningkatkan kembali penjualan produk kopi durian yaitu sebagai berikut : Bahan aluminium foil dengan ketebalan > 150 mikron sebagai pengemasan dasar dan bahan paperkraft sebagai pengemasan tambahan, bentuk kemasan standing pouch dengan aroma button (valve) agar gas yang dikeluarkan oleh kopi durian dapat keluar melalui lubang kecil valve supaya tidak adanya penggumpalan produk didalam kemasan, ukuran kemasan 14 x 23 x 7 cm dengan berat bersih produk 210 gr, nama produk, produsen dan logo produk dilampirkan pada bagian depan kemasan, informasi mengenai komposisi bahan produk, nilai gizi dan informasi keunggulan produk dilampirkan pada bagian belakang kemasan, keterangan ijin dinas kesehatan, kadaluarsa produk, dan keterangan halal dilampirkan pada bagian belakang kemasan, kode produksi, berat bersih produk dilampirkan pada bagian depan kemasan dan barcode produk dilampirkan dibagian belakang kemasan, tinta cetak menggunakan tinta pigment, dan jenis penutup kemasan seal zipper.*

**Kata Kunci :** *Kemasan Produk, House of Quality, Peta Morfologi*

**PROPOSED IMPROVEMENTS TO THE DESIGN OF  
POWDER PACKAGING USING THE HOUSE OF  
QUALITY HOUSE OF PHASE 1 & 2 AND  
MORPHOLOGICAL CHART  
(CASE STUDY : IKM KOPI SAHABAT PRODUCT KOPI DURIAN)**

AIDIL FITRI ANSYAH  
NRP : 143010194

***ABSTRACT***

*Kopi Sahabat is Industri Kecil Menengah (IKM) in Lubuk Linggau City that produced kopi bubuk hitam and kopi durian. Kopi Sahabat is always demanded to improve product quality and packaging usage, due to the tight competition and the appearance of various types of coffee that come to Indonesia because of the integrated economic region in Southeast Asia with superior product packaging. This is related to the appearance packaging used by competitors for superior kopi durian products.*

*The packaging of kopi durian that used today has several complaints from consumers because there is agglomerating powder, bad smell and sour taste that can damage the quality of kopi durian. The purpose of this research is to propose the redesign of kopi durian product packaging by considering the desire of consumers in the development product packaging design to solved the problems that have been used today.*

*Based on the design result from house of quality and morphological chart, the final design result according to the consumer's desire to increase the durian coffee product sales as follows: Material aluminum foil with >150 micron thickness as the basic packaging and papercraft material as additional packaging, standing pouch with button (valve) to allow the gas released by the durian coffee to through out from the packaging to against the agglomeration of the product, 14 x 23 x 7 cm packaging size with net weight of 210 gr, product name, producer and product logo is attached in the front of packaging, the information of the product composition, the nutritional value and the product superiority information are attached to the back of the packaging, the description of the health service permit, the product expiration, and the halal information attached to the back of the packaging, the production code, the net weight of the product attached to the front of the packaging and a product barcode attached at the back of the packaging, printing ink using pigment ink, and a seal type of zipper packing cover.*

**Keywords:** *Product Packaging, House of Quality, Morphological Chart*

# Bab I Pendahuluan

## I.1 Latar Belakang Masalah

Dengan terbentuknya kawasan ekonomi terintegrasi di wilayah Asia Tenggara yang dikenal dengan istilah Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau ASEAN *Economic Community* (AEC), Indonesia dan sembilan anggota ASEAN lainnya memasuki persaingan yang sangat ketat di bidang ekonomi. Pada dasarnya, MEA merupakan wadah yang sangat penting bagi kemajuan negara-negara ASEAN dalam mewujudkan kesejahteraan sehingga keberadaannya harus disikapi dengan positif dan diharapkan negara-negara di kawasan Asia Tenggara bisa berkompetisi dan bisa menempatkan ASEAN masuk ke dalam pasar terbesar di dunia. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sasaran dan fokus Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dalam menciptakan stabilitas dan perkembangan ekonomi di wilayah regional ASEAN, salah satu produk yang masuk ke Indonesia dan dipasarkan melalui *marketplace online* yaitu kopi durian “Mycafe” dari Malaysia. UMKM Indonesia memiliki banyak tantangan yang harus dihadapi, terutama tentang kualitas barang yang dihasilkan. Kebanyakan kualitas produk UKM Indonesia belum memenuhi standar. Hal itu disebabkan beberapa faktor, pertama, biaya produksi dalam negeri yang sangat mahal sehingga tidak mampu menciptakan efisiensi produksi. Kedua, kurangnya pengetahuan para pelaku usaha kecil menengah (UKM) dalam menghasilkan barang ataupun jasa yang berkualitas tanpa melakukan riset pasar. Kedua hal tersebut sangat berkaitan dan perlu sesegera mungkin diupayakan solusinya, baik oleh Pemerintah maupun pelaku usaha sendiri. (Online), (<https://www.cermati.com/artikel/peluang-dan-tantangan-dalam-masyarakat-ekonomi-asean-mea>), diakses 18 Oktober 2017)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah sektor yang sangat penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia, sektor UMKM telah dipromosikan dan dijadikan sebagai agenda utama dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Sektor UMKM telah terbukti tangguh, ketika terjadi krisis ekonomi pada tahun 1998, hanya sektor UMKM yang bertahan dari krisis ekonomi, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh krisis tersebut. Pada era globalisasi, persaingan semakin ketat sehingga UMKM yang bergerak di bidang produk



konvenien (produk yang sering dibeli) harus dapat unggul dalam pasar. Kesuksesan sebuah produk harus didukung penuh oleh inovasi terus-menerus. Inovasi harus dilakukan sepanjang siklus hidup produk, dimulai sejak tahap pengembangan produk baru, pengenalan, pertumbuhan, kematangan, sampai penurunan. Tujuan dari inovasi berkelanjutan adalah untuk memperpanjang siklus hidup produk yang menghasilkan keuntungan bagi UMKM.

Salah satu industri kecil menengah (IKM) yang ada di kota Lubuklinggau Provinsi Sumatera Selatan yaitu IKM Kopi Sahabat. IKM Kopi Sahabat bergerak di sektor produksi serta penjualan kopi bubuk hitam dan kopi rasa durian. IKM Kopi Sahabat selalu dituntut untuk meningkatkan kualitas produk serta penggunaan kemasan yang digunakan dalam mengemas produk tersebut harus terlihat menarik, karena semakin ketatnya persaingan dan munculnya berbagai jenis kopi yang masuk ke Indonesia akibat kawasan ekonomi terintegrasi di wilayah Asia Tenggara dengan kemasan produk yang lebih unggul. Produk unggulan IKM Kopi Sahabat yang menjadi daya tarik konsumen dari berbagai daerah yaitu Kopi Durian. Dimana kopi durian tersebut menggunakan kopi hitam jenis robusta dan durian jenis tembaga, berikut dilampirkan perbedaan antara kopi hitam yang digunakan IKM Kopi Sahabat dengan kopi instan yang beredar dipasaran sebagai bahan utama kopi durian :

Tabel I.1 Kelebihan dan Kekurangan Kopi Hitam dan Kopi Instan

	<b>Kopi Hitam</b>	<b>Kopi Instan</b>
<b>Kadar kolestrol</b>	Kopi hitam mempunyai kandungan cafestol yang tinggi, cafestol merupakan kandungan yang dapat meningkatkan kadar kolestrol dalam tubuh.	kopi instan memiliki kandungan cafestol yang lebih rendah dibandingkan dengan kopi dari biji kopi hitam. Cafestol di dalam biji kopi sudah berkurang sangat banyak pada kopi instan maupun kopi yang sudah melalui beberapa proses penyaringan.

Lanjutan Tabel I.1 Kelebihan dan Kekurangan Kopi Hitam dan Kopi Instan

	<b>Kopi Hitam</b>	<b>Kopi Instan</b>
<b>Kandungan racun</b>	Kopi hitam memiliki kadar <i>acrylamide</i> yang rendah, kandungan <i>acrylamide</i> di kopi hitam sebanyak 13 ppb ( <i>part per billion</i> ). <i>Acrylamide</i> merupakan senyawa kimia penyebab penyakit kanker.	Kopi instan memiliki kadar <i>acrylamide</i> yang tinggi, kandungan <i>acrylamide</i> di kopi instan sebanyak 458 ppb ( <i>part per billion</i> ).
<b>Kandungan kafein</b>	Kopi hitam mengandung kafein sebanyak 95 mg. Kafein dapat digunakan sebagai pengobatan untuk sakit kepala migrain dan mengurangi kelelahan atau mengantuk dalam jangka pendek.	Kopi instan mengandung kafein sebanyak 27 mg.
<b>Lain-lain.</b>	Kopi hitam mempunyai manfaat yaitu dapat meningkatkan stamina karena kandungan kafeinnya yang tinggi, mencegah penyakit kanker karena kopi hitam terdapat antioksidan yang bisa menekan resiko gejala kanker (penelitian yang dilakukan di Jepang), mengurangi resiko diabetes, mengurangi resiko penyakit demensia (penyakit membuat seseorang lupa), dan dapat mencegah penyakit parkinson (penurunan fungsi saraf).	Sebuah penelitian oleh Durham University menunjukkan hasil adanya risiko yang tinggi untuk mengalami halusinasi pada mereka yang merupakan peminum tujuh kali lebih banyak kopi instan daripada peminum kopi hitam per harinya.

Sumber : [meetdoctor.com](http://meetdoctor.com) dan [lebahilmu.com](http://lebahilmu.com)

Selain dari kelebihan dan kekurangan kopi hitam yang digunakan, selanjutnya terdapat sejumlah manfaat dan khasiat dari durian tembaga yang menjadi bahan utama kopi durian produk IKM Kopi Sahabat, yaitu sebagai berikut:

1. Mencegah penyakit sulit buang air besar dan sembelit.
2. Mencegah anemia

3. Tulang yang kuat dan sehat
4. Menyehatkan gigi
5. Obat *migraine*
6. Mencegah radikal bebas
7. Penghilang stress
8. Membuat awet muda
9. Mencegah penyakit pembuluh darah
10. Mencegah stroke, menyetatkan syaraf, dan menjaga metabolisme tubuh.  
(Online), ([khasiat.co.id/buah/durian-tembaga.html](http://khasiat.co.id/buah/durian-tembaga.html)), diakses 10 maret 2018)

Setelah dilakukan pembahasan mengenai kopi hitam dan durian tembaga, pada bagian ini yaitu dilampirkan tabel data penjualan Kopi Durian dari IKM Kopi Sahabat dari tahun 2013-2016 :

Tabel I.2 Penjualan Kopi Durian per kemasan (200gr).

Tahun	Penjualan per Kemasan ( 200 gr )
2013	75
2014	220
2015	195
2016	140

Sumber : Data Penjualan Kopi Durian IKM Kopi Sahabat

Pada Tabel I.2 dapat dilihat bahwa kondisi penjualan kopi durian produk unggulan dari IKM Kopi Sahabat terlihat menurun sebanyak 28,3 % pada tahun 2016 dari jumlah penjualan tahun 2015. Berikut merupakan beberapa penyebab turunnya penjualan Kopi Durian :

1. Penetapan harga jual tinggi.
2. Persaingan dengan produk sejenis. Hal tersebut membuat konsumen mempunyai pilihan yang lebih banyak untuk memilih produk jenis kopi durian, yaitu kopi durian dari lampung
3. Tidak adanya pengembangan kemasan. Kemasan yang digunakan saat ini merupakan kemasan yang digunakan pada tahun 2013.
4. Sering kosongnya persediaan Kopi Durian. Hal ini disebabkan karena adanya keterlambatan produksi dan pengiriman kopi durian ke toko-toko, sehingga membuat pelanggan/konsumen kopi durian berpindah ke merek yang lain.

Kondisi lain-lain yang terjadi yaitu adanya keluhan dari konsumen bahwa terdapat penggumpalan serbuk didalam kemasan yang menimbulkan bau serta rasa

asam dari kopi durian, hal ini disebabkan karena adanya kebocoran mikro akibat kerusakan kemasan atau kerusakan fisik dalam pendistribusian, informasi dari toko-toko yang menjual produk kopi durian dari 20 produk yang mereka terima terdapat keluhan dari pelanggan yaitu sebanyak 7-8 kemasan mengalami kebocoran mikro. Kebocoran sekecil apapun akan menjadi jalan masuk bagi bakteri perusak yang merusak kualitas kopi durian dan untuk harga satuan kemasan yang digunakan yaitu Rp. 7.000, harga tersebut tergolong cukup mahal dengan tampilan yang kurang menarik pada kemasan. Walaupun menurunnya penjualan mungkin bukan disebabkan oleh kemasan, ada baiknya perlu dilakukan analisis ulang desain kemasan. Tidak satu pun desain kemasan yang dapat bertahan selamanya karena pada suatu masa, tiba juga saatnya desain kemasan tersebut harus diperbaharui. Sebuah kemasan yang semula kelihatan menarik dan segar lambat laun akan terlihat ketinggalan serta menampilkan kesan yang monoton. Gejala ini mungkin disebabkan karena berubahnya kondisi sosial dan gaya hidup konsumen, perkembangan teknologi pengemasan, ataupun munculnya para pesaing dengan kemasan yang lebih unggul, dan berbagai kemungkinan sesuai kondisi pada masa yang sedang berjalan. Menurut E.P Danger dalam Darwis Ishak (1992:36), terdapat sejumlah alasan untuk mengubah desain dari sebuah kemasan, yaitu:

1. Turunnya penjualan.
2. Pengemasan pesaing yang lebih unggul.
3. Perubahan kecenderungan konsumen.
4. Perubahan sikap konsumen.
5. Perubahan kondisi pasar.
6. Kebijakan pemasaran baru.
7. Perkembangan baru dalam bahan pengemasan, dan
8. Perkembangan eceran baru.

Melihat kondisi tersebut maka perlu dilakukan riset pasar tentang kemasan produk yang digunakan, guna memperbaiki kondisi penjualan dan dapat meningkatkan kembali keuntungan dari produk tersebut

Menurut Dirjen IKM Kementerian Perindustrian Gati Wibawaningsih dikutip dari, antaranews.com “Kemasan menjadi kendala utama IKM di Indonesia. Jika dibandingkan dengan negara lain, desain kemasan produk IKM di Indonesia

terlihat kurang menarik”. Pada kesempatan tersebut Gati juga menyampaikan, saat ini kemasan produk belum menjadi perhatian serius bagi para perajin IKM maupun pemerintah di daerah. Menurutnya, baru daerah Jawa Timur saja yang memandang kemasan makanan menjadi satu hal penting untuk meningkatkan nilai tambah produk yang dipasarkan.

Kemasan yang digunakan IKM Kopi Sahabat yaitu berbentuk tabung dimana pada lapisan primer menggunakan bahan aluminium foil dan lapisan sekunder menggunakan menggunakan bahan kertas karton. Penentuan jenis dan desain kemasan tersebut dilakukan tanpa ada riset pasar sehingga membuat produk unggulan tersebut tidak mempunyai nilai tambah dilihat dari segi tampilan kemasan. Penggunaan kemasan pada IKM Kopi Sahabat saat ini dirasakan belum sesuai penggunaannya, karena ada beberapa unsur-unsur kemasan yang tidak dicantumkan kedalam kemasan yang telah digunakan sehingga perlu adanya upaya untuk merancang ulang kemasan produk yang digunakan sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan umpan balik dari konsumen, diharapkan IKM Kopi Sahabat dapat mengembangkan kemasan yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Berikut dilampirkan tabel identifikasi kemasan yang baik untuk kemasan produk dengan kemasan yang digunakan oleh IKM Kopi Sahabat (beberapa sumber diambil dari website [cetakemasan.web.id](http://cetakemasan.web.id)) :

Tabel I.3 Identifikasi Kemasan yang Ideal dengan Kemasan yang Digunakan IKM Kopi Sahabat.

<b>Kemasan yang baik</b>	<b>Kemasan yang digunakan oleh IKM Kopi Sahabat</b>
Kemasan yang mempunyai nilai tambah adalah kemasan mengikuti trend yang sedang berkembang dengan melakukan riset pasar. Menurut Sopiah & E. M. Sangadji (2016)	X
Melampirkan logo produk	X
Melampirkan nama produk.	✓
Melampirkan jenis produk.	✓
Melampirkan kejelasan informasi penggunaan bahan yang menjadi komposisi produk.	X

Lanjutan Tabel I.3 Identifikasi Kemasan yang Ideal dengan Kemasan yang Digunakan IKM Kopi Sahabat.

Kemasan yang baik	Kemasan yang digunakan oleh IKM Kopi Sahabat
Melampirkan penjelasan singkat produk.	X
Melampirkan manfaat produk.	X
Melampirkan informasi kandungan gizi pada produk.	X
Melampirkan petunjuk penyimpanan	X
Melampirkan label sertifikasi halal.	✓
Melampirkan berat/netto.	✓
Melampirkan <i>expire date</i> .	✓
Melampirkan label perizinan dinas kesehatan.	✓
Melampirkan <i>barcode</i> .	X
Melampirkan alamat dan keterangan produsen.	✓
Tampilan harus jelas dan menarik menyesuaikan dengan produk yang dijual.	X

Keterangan : X = belum menggunakan pada kemasan produk  
 ✓ = sudah menggunakan pada kemasan produk

Sumber :

- Sopiah & E. M. Sangadji, 2016, Kependjualan, halaman 310.
- (Online), ([www.cetakkemasan.web.id/2016/03/Kemasan-yang-Ideal-dan-Standar-Untuk-UKM.html](http://www.cetakkemasan.web.id/2016/03/Kemasan-yang-Ideal-dan-Standar-Untuk-UKM.html)), diakses 18 oktober 2017.

Berdasarkan Tabel I.3 terlihat bahwa ada beberapa bagian kemasan yang ideal belum dilampirkan pada kemasan kopi durian. Untuk meningkatkan nilai tambah produk dari segi kemasan pada IKM Kopi Sahabat yang berdampak langsung pada penjualan produk kopi durian, maka penyusun mencoba menerapkan keinginan konsumen dalam perbaikan rancangan kemasan produk kopi durian agar kemasan tersebut dapat bersaing dengan produk-produk yang ada dipasaran. Berikut penulis melampirkan kemasan produk kopi durian.



Gambar I.1 Kemasan Produk yang digunakan

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, kemasan yang digunakan oleh IKM Kopi Sahabat untuk produk unggulan kopi durian berdasarkan pandangan dari sisi IKM Kopi Sahabat saja tanpa melakukan riset pasar untuk kemasan produk, sehingga kemasan yang digunakan sekarang banyak keluhan dari konsumen kopi durian karena ada beberapa unsur-unsur utama identitas kemasan yang tidak dicantumkan dilihat pada Tabel I.2, permasalahan tersebut membuat IKM Kopi Sahabat tidak mengetahui kekurangan kemasan yang telah digunakan selama ini terhadap produk pesaing, sehingga perusahaan tidak mengetahui bagaimana respon konsumen terhadap kemasan produknya.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang dihadapi IKM Kopi Sahabat untuk produk kopi durian yaitu bagaimana merancang ulang desain kemasan produk kopi durian yang baik dan menarik berdasarkan keinginan konsumen serta mempunyai nilai tambah agar dapat meningkatkan penjualan produk ?

## **I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian.**

Tujuan penelitian ini yaitu memberikan usulan dalam perancangan ulang kemasan produk kopi durian dengan mempertimbangkan keinginan konsumen dalam pengembangan desain kemasan produk.

### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dalam pengembangan desain kemasan produk yaitu dapat menarik konsumen untuk membeli kopi durian serta berdampak pada peningkatan penjualan produk tersebut.

## **I.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi-asumsi**

Pembatasan terhadap masalah yang akan dibahas agar tidak menyimpang dalam penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di IKM Kopi Sahabat.
2. Produk yang diteliti adalah kemasan kopi durian.
3. Objek penelitian adalah remaja, dewasa, hingga lansia (usia 17 s/d 65 tahun keatas) yang mengonsumsi kopi bubuk durian (lebih dari satu kali).
4. *House of Quality* (HOQ) yang digunakan yaitu fase 1 dan 2.
5. Perancangan kemasan produk kopi durian tidak memperhitungkan biaya.

Adapun asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Selama penelitian berlangsung, tidak ada perubahan atau pergantian kemasan produk.
2. Kualitas produk kopi durian diasumsikan baik.
3. Perancangan kemasan produk untuk menjaga fungsi produk.

## **I.5 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini yaitu sebagai berikut :

### **Bab I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penjelasan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan & manfaat penelitian, pembatasan masalah & asumsi-asumsi, serta sistematika penulisan diambilnya topik perancangan kemasan produk. Diharapkan pembaca dapat mengetahui dan memahami apa yang menjadi pokok permasalahan yang dibahas serta bagaimana permasalahan tersebut dapat diselesaikan.

### **Bab II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas tentang teori-teori yang mendukung dalam pembahasan dalam penelitian ini, meliputi : pengertian produk, kemasan produk, kepuasan konsumen, perancangan pengembangan produk, identifikasi kebutuhan pelanggan, metode perancang produk, *House of Quality* (HOQ). Teori-teori yang dilampirkan pada bab ini merupakan bagian pendukung pada penelitian yang dilakukan.



### **Bab III USULAN PEMECAHAN MASALAH**

Bab ini membahas tentang tahapan-tahapan dalam pemecahan masalah, identifikasi variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan metode yang digunakan untuk pemecahan masalah serta alasan metode-metode yang digunakan pada penelitian ini.

### **Bab IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisi data primer yang didapatkan dari hasil wawancara dengan pemilik IKM Kopi Sahabat dan data sekunder yang digunakan untuk mengidentifikasi keinginan konsumen dari kuesioner yang telah disusun dan disebar, selanjutnya yaitu menjabarkan bagaimana data-data yang telah terkumpul lalu dilakukan pengolahan data untuk melihat klasifikasi atribut-atribut kemasan kopi durian. Pada bagian akhir bab ini menjelaskan penyusunan *House Of Quality* (HOQ) yang digunakan dalam penelitian.

### **Bab V ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pembahasan dari hasil pengolahan data yang dilakukan. Bab ini juga menjelaskan analisis kebutuhan konsumen terhadap tingkat kepentingan, analisis perancangan perbaikan, dan pembuatan peta morfologi dari pengembangan desain kemasan produk kopi durian sehingga menghasilkan solusi alternatif terhadap masalah yang ada.

### **Bab VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir dalam penelitian ini, berisi tentang kesimpulan yang didapatkan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditentukan dari hasil pembahasan tentang *House of Quality* (HOQ) dan peta morfologi untuk perancangan ulang desain kemasan produk dan disertai juga dengan saran berupa rekomendasi dari hasil penelitian untuk pihak IKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma. (1997) : *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 82.
- Azhari, Fauzi DN. Praptono, B. dan Iqbal, M. (2015) : *Usulan Perbaikan Kemasan Produk menggunakan Metode Quality Function Deployment pada Usaha Tahu Kinanti, e-Proceeding of Engineering : Telkom University*, 4938-4645.
- Besterfield. (1994) : *Quality Control*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Cohen, L. (1995) : *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*. USA: Addison-Wesley Publishing Company, 62
- Daetz. (1995) : *Customer Integration : The Quality function Deployment (QFD) Laders Guide for Decision Making*. New York: John Wiley & Sons, Inc, 22.
- Danger, E. P. (1992) : *Selecting Colour For Packaging* . Jakarta: Pustaka Binamaan Pressindo, 36.
- Djaslim, Saladin, & Oesman. (2002) : *Intisari Pemasaran dan Unsur – Unsur Pemasaran, Cetakan Kedua*. Bandung: Linda Karya, 123.
- Ginting. (2010) : *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, A. (2001) : *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas*. Jakarta: Erlangga, 18.
- Nasir, Moh. (1988) : *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 597.
- Rosnani, G. (2009) : *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016) : *Salesmanship*. Malang: PT. Bumi Aksara, 286.
- Stanton, W. J. (1996) : *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 260.
- Sugiyono. (2011) : *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 233 & 286.
- Suyitno, & Kamarijani. (1996) : *Dasar-dasar Pengemas*. Jakarta: Rineka Cipta, 22.

- Swastha. (1999) : *Asas-Asas Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono. (2001) : *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 172.
- Ulrich, & Eppinger. (2001) : *Perancangan & Pengembangan Produk*. Jakarta: Salemba Teknika, 9.
- Wilkie, & William, L. (1994) : *Customer Behavior (Third Edition)*. New York: Jhon Wiley & Sons Inc, 65.
- Yuswono, H. dan Dahlan, A.F. (2017) : *Penentuan Critical Parts Alat Bantu Pemasaran menggunakan Quality Function Deployment Fase kedua, Jurnal Rekayasa Mesin : Universitas Ma Chung, 59-65.*
- Zainuddin. (2016) : *Perbaikan Rancangan Produk Minuman Teh Dalam Kemasan Dengan Menggunakan Metode Functional Deployment (QFD)*. Bandung: Universitas Pasundan.

**Pustaka dari Situs Internet :**

- Adriyngemi. (2012) : *House of Quality (HOQ)*, <https://branchoftheworld.wordpress.com/tag/house-of-quality-hoq-perancangan-produk/>, Download(diturunkan/diunduh) pada 19 Desember 2017.
- Anwar Hidayat. (2017) : *Penjelasan Teknik Purposive Sampling Lengkap Detail*, <https://www.statistikian.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html>, Download(diturunkan/diunduh) pada 19 Desember 2017.
- Danan Muhuda. (2014) : *Pengetahuan Kemasan Standar Produk UMKM*, <https://senyumwirausaha.wordpress.com/2014/07/12/pengetahuan-kemasan-standar-produk-umkm/>, Download(diturunkan/diunduh) pada 19 Desember 2017.
- Dina. (2013) : *Quality Function Deployment (QFD)*, [http://hana-snowdrop.blogspot.co.id/2013/02/quality-function-deployment-qfd\\_1583.html](http://hana-snowdrop.blogspot.co.id/2013/02/quality-function-deployment-qfd_1583.html), Download(diturunkan/diunduh) pada 19 Desember 2017.

Gilang. (2016) : *Kemasan yang Ideal dan Standar Untuk UKM*, <http://www.cetakkemasan.web.id/2016/03/Kemasan-yang-Ideal-dan-Standar-Untuk-UKM.html>, Download(diturunkan/diunduh) pada 19 Desember 2017.

Irham Maulana. (2016) : *Kemasan yang Ideal dan Standar Untuk UKM, Keunggulan dan kekurangan kemasan kertas dan plastik*, <http://grinpek.blogspot.co.id/2016/07/keunggulan-dan-kekurangan-kemasan.html>, Download(diturunkan/diunduh) pada 19 Desember 2017.

Wira Wijaya. (2013) : *Rumus Slovin untuk Menentukan Jumlah Sampel Penelitian*, <http://kutukuliah.blogspot.co.id/2013/06/rumus-slovin-dalam-menentukan-jumlah-sampel-penelitian.html>, Download(diturunkan/diunduh) pada 19 Desember 2017.

