

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemasan merupakan suatu wadah yang dibuat untuk memudahkan dalam membawa suatu produk yang berguna untuk melindungi dan menjaga produk agar tetap aman serta memberikan daya tarik kepada konsumen. Meskipun kemasan bukan menjadi fokus utama dari suatu produk, namun desain kemasan tersebut dapat mencerminkan produk yang ditawarkan sehingga menimbulkan dampak positif bagi produk tersebut [1]. Kemasan dapat menjadi kendala bagi perkembangan usaha mikro. Kendala tersebut dapat berupa struktur dan label kemasan.

Struktur kemasan berkaitan dengan pertimbangan ergonomi yaitu mudah dibawa, mudah digunakan, mudah disimpan dan sebagai pelindung produk dari timbulnya kerusakan produk, pertimbangan tersebut akan mempengaruhi bahan dan bentuk kemasan yang digunakan. Sedangkan label kemasan berkaitan dengan pertimbangan estetika yaitu penggunaan tipografi, warna dan tata letak, pertimbangan tersebut akan mempengaruhi informasi yang akan dikomunikasikan kepada konsumen. Bila pertimbangan ergonomi dan estetika dikombinasikan secara optimal maka akan mempengaruhi emosi dan psikologis (respons positif) dari konsumen [2].

Desain kemasan juga menjadi tantangan dalam berkembangnya usaha mikro terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat terhadap produk atau perusahaan didalam maupun diluar negeri, banyaknya produk yang tersisa di pasar dan kurangnya menarik minat konsumen membuat pelaku usaha mikro kehilangan persentase pendapatan karena kurangnya keterampilan dalam proses desain yang sesuai dengan kemasan produk [3].

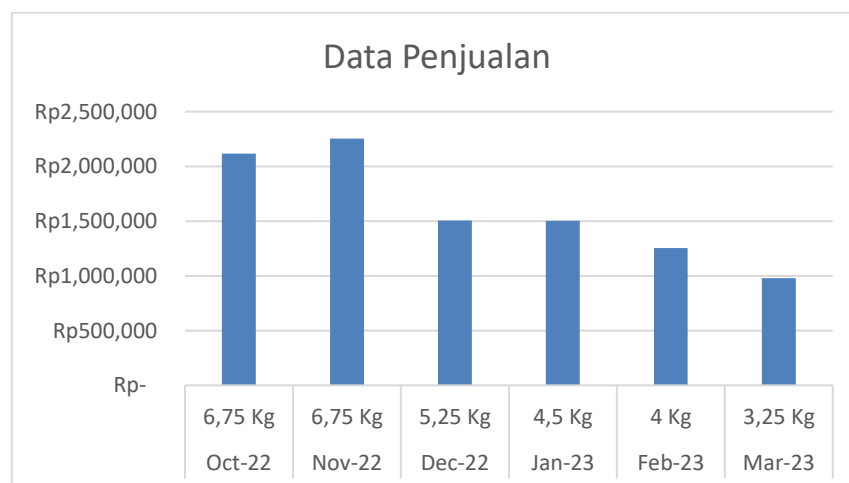
Salah satu produk usaha mikro yang saat ini cukup populer digemari oleh generasi muda yaitu produk *specialty coffe* dengan beragam *single origin* yang banyak diusahakan oleh industri mikro di Indonesia. Ditinjau

dari peluang pasar internasional dan domestik, pengembangan industrialisasi kopi di Indonesia memiliki prospek yang sangat baik untuk kopi jenis arabika maupun kopi robusta. *Specialty coffe* asal Indonesia mempunyai kekuatan “*brand image*” yang sangat tinggi sehingga mampu memberikan nilai ekonomi yang sangat tinggi [4].

Industri kopi dalam negeri cukup beragam, mulai dari industri skala kecil hingga pasar kopi internasional. Salah satu UMKM pengolah biji kopi yang berada di pegunungan utara Kabupaten Bandung yaitu Djamudju Roast Bean yang merupakan salah satu divisi dari Djamudju Coffe Indonesia untuk penyediaan kebutuhan *roastbeans* komersil di Indonesia. Usaha tersebut memiliki perkebunan sendiri dan melakukan pengolahan kopi menjadi biji kopi yang siap dipasarkan di Indonesia. Saat ini Kopi Djamudju telah menyuplai hasil olahan kopi ke berbagai kota di Indonesia.

Adapun permasalahan yang terjadi pada Djamudju Roast Bean ketika melakukan perkembangan usahanya yaitu pada tahun 2020 usaha mikro tersebut mulai memasarkan produk olahannya melalui *marketplace* dan media sosial dengan tujuan jangkauan pasar dan target konsumen yang lebih luas, akan tetapi terjadi penurunan hasil penjualan online selama 6 bulan terakhir di bulan Oktober hingga Maret 2023.

Tabel 1.2 Data penjualan Djamudju Roast Bean



(Sumber data: diolah 2023)

Oleh karena itu untuk mengetahui akibat dari menurunnya penjualan, langkah yang dilakukan adalah melakukan penyebaran kuesioner pendahuluan untuk mengetahui penilaian konsumen mengenai kopi Djamudju Roast Bean. Dalam kuesioner pendahuluan, terdapat beberapa faktor dalam penilaian produk Kopi Djamudju Roast Bean yaitu produk, proses, harga, mutu dan promosi. Tanggapan dari 30 responden kusioner yang berusia 16 – 30 tahun yang pernah membeli dan mengkonsumsi Kopi Djamudju Roast Bean menjawab faktor kemasan produk perlu diperbaiki dan memiliki nilai ketidakpuasan dibandingkan dengan faktor harga, mutu dan promosi.



Gambar 1.4 Kemasan kopi Djamudju Roast Bean  
(sumber data: [www.djamudju.com](http://www.djamudju.com))



Gambar 1.5 Hasil penelitian pendahuluan tentang ersepsi konsumen terkait desain kemasan  
(sumber data: diolah 2023)

Dari hasil kuesioner pendahuluan tersebut muncul beberapa keresahan dan evaluasi yang timbul setelah melihat kemasan produk, yang dapat disimpulkan bahwa kemasan yang digunakan kurang memberikan informasi mengenai produk yang dijual dan kurang memberikan daya tarik konsumen untuk membeli. Kurangnya informasi mengenai produk menjadi salah satu kekurangan, seperti tidak memiliki keterangan kadaluwarsa, kode produksi, cara pengolahan dan cara penyajian kopi. Keresahan konsumen tersebut didukung oleh data sebesar 86,7% responden yang menanggapi perlunya perbaikan kemasan yang digunakan oleh kopi Djamudju Roast Bean.



Gambar 1.6 Usulan perbaikan kemasan kopi Djamudju Roast Bean

Strategi pengembangan produk yang dapat dilakukan yaitu dengan cara melakukan pengembangan terhadap kemasan primer dari produk olahan kopi tersebut. Peran kemasan sangat penting dalam menyampaikan pesan yang terkandung sehingga diharapkan dapat memikat (*eye-catching*) kepada calon konsumen. Kottler dan Amstrong mengartikan bahwa kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi untuk melindungi produk. Dengan kata lain kemasan akan selalu melibatkan desain agar pesan produk tersampaikan kepada konsumen [5].

Manfaat pembungkus kemasan sendiri selain untuk melindungi produk juga bermanfaat sebagai media pemasaran yang menjual. Desain pembungkus kemasan tidak bisa lepas dari estetika, estetika lahir dari keindahan yang terukur, informasi dan fakta produk dan hal tersebut dibuat untuk memenangkan hati konsumen ketika akan memilih suatu produk [6].

Oleh karena itu, untuk dapat memenangkan persaingan pasar *specialty coffe* yang semakin pesat perkembangannya, kopi Djamudju Roast Bean perlu memberikan pengembangan kemasan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen karena kemasan akan mempengaruhi pertimbangan pembelian konsumen terhadap produk yang akan dibeli. Metode yang dapat digunakan untuk merancang desain kemasan sesuai dengan keinginan konsumen yaitu menggunakan metode *Kansei Engineering*.

*Kansei engineering* adalah sebuah metode yang dapat menyatukan perasaan dan emosi manusia dengan disiplin ilmu teknik. Keinginan dan emosi konsumen tersebut dapat diterjemahkan dalam bentuk kata-kata berupa fungsi, sifat dan bentuk produk. Kansei dapat dipengaruhi oleh tingkah laku, pengetahuan, sikap dan perasaan [7]. Proses ini memungkinkan untuk memodelkan perasaan atau emosi pelanggan dan kemudian menerjemahkannya ke dalam parameter desain seperti konsep desain, elemen desain kemasan, dan *prototype* [8].

Berdasarkan penurunan penjualan dan beberapa keresahan serta evaluasi konsumen terkait kemasan produk yang digunakan, alasan melakukan penelitian karena kemasan dapat mencerminkan produk yang ditawarkan sehingga menimbulkan kesan positif. Oleh karena itu alasan melakukan penelitian ini, membantu menyelesaikan permasalahan kopi Djamudju Roast Bean dalam mengembangkan desain kemasan dengan memerhatikan keinginan konsumen, sehingga mampu meningkatkan penjualannya dan mampu bersaing dengan *coffe specialty* sejenis lainnya.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah dibahas sebelumnya maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa kriteria kemasan produk yang dibutuhkan oleh konsumen?
2. Bagaimana rancangan desain kemasan *specialty coffe* yang sesuai dengan preferensi konsumen?

### 1.3 Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan pada UMKM kopi Djamudju Roast Bean yang berada di Jl. Rahayu No. 17 Kota Bandung, Indonesia 40169.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada pengembangan desain kemasan *specialty coffe* hingga berbentuk desain tampilan kemasan baru pada UMKM kopi Djamudju Roast Bean.
3. Cita rasa dan harga dari produk tidak dipertimbangkan dalam penelitian serta penilaian yang dilakukan pada kemasan produk hanya secara visual.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kriteria kemasan produk yang dibutuhkan oleh konsumen.
2. Membuat desain kemasan *specialty coffe* dari hasil pengembangan produk sesuai dengan preferensi konsumen.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat mengimplementasikan konsep Kansei Engineering dalam pengembangan produk untuk mengidentifikasi pengaruh persepsi atau preferensi konsumen dalam merancang desain kemasan sebuah produk dalam upaya menarik minat konsumen. Selain itu sebagai bahan pertimbangan bagi kopi Djamudju Roast Bean untuk mendapatkan desain kemasan kopi yang sesuai dengan preferensi konsumen, sehingga seiring berjalannya waktu produk tersebut mampu bersaing dalam persaingan pasar yang ketat dengan melakukan peningkatan kualitas produk secara berkala dan berkelanjutan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, pembatasan masalah, serta tujuan dan kegunaan yang dijelaskan, pada bagian pendahuan ini diketahui hal yang menjadi permasalahan awal pada pelaku usaha hingga perlu adanya pengembangan desain kemasan produk *specialty coffe* Djamudju Roast Bean.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini merupakan penjelasan terperinci mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan untuk pemecahan masalah. Landasan teori yang dibahas meliputi pengembangan produk, desain kemasan dan metode *Kansei Engineering*.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan tentang alur dari penelitian yang dilakukan secara terstruktur dan sistematis yang akan dilakukan pada metode *Kansei Engineering* mulai dari lokasi penelitian, objek penelitian, jenis data yang digunakan, metode pengumpulan dan pengolahan data, serta diagram alir dari penelitian yang akan dilakukan.

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini berisikan tentang proses pengumpulan data yang didapatkan hingga pengolahan data menggunakan metode *Kansei Engineering*. Dalam hal ini data yang ditunjukkan merupakan hasil pengolahan data kuesioner *kansei word* yang selanjutnya hasil tersebut menjadi acuan untuk membuat rancangan desain kemasan *specialty coffe*.

## **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas tentang pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya dan membuat penjelasan terperinci terkait hasil pengolahan data dengan menyesuaikan pada tujuan penelitian sehingga dapat diperoleh hasil akhir berupa bentuk desain kemasan berdasarkan preferensi konsumen dan dapat diperoleh kesimpulan dan saran.

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan yang diambil meliputi rancangan penelitian secara garis besar dan hasil studi kasus sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu saran diberikan untuk pengembangan atau penelitian selanjutnya terhadap rancangan kemasan *specialty coffe* yang sudah dibuat