

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mengembangkan produk berbasis kearifan lokal. Dalam industri pangan, keberhasilan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh kualitas rasa, tetapi juga oleh kemasan. Kemasan berfungsi tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mampu menyampaikan identitas produk, memberikan informasi, serta memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan nilai produk.

Salah satu UMKM kuliner yang beroperasi di Lhokseumawe adalah UMKM Salwa Kue yang berlokasi di Jalan Pase, Keude Aceh. Usaha ini berdiri sejak tahun 2020 dan memproduksi berbagai kue tradisional Aceh, dengan produk unggulan berupa kue bhoi, yaitu bolu panggang berbahan dasar telur, tepung terigu, gula pasir, dan vanili. Kue bhoi diproduksi setiap hari menggunakan 2 kg tepung dan menghasilkan sekitar 200 pcs, yang umumnya habis terjual dalam satu hari. Produk ini dipasarkan dalam beberapa variasi ukuran, yaitu isi 10, 15, 25, dan 50 pcs, dengan harga yang proporsional, seperti kemasan isi 10 seharga Rp10.000 dan kemasan isi 50 seharga Rp50.000. Jika dibandingkan dengan produk lain seperti peyek dan kue bawang yang diproduksi setiap tiga hari sekali dengan jumlah bahan baku yang sama, kue bhoi menunjukkan tingkat permintaan yang lebih tinggi, sehingga dapat dikategorikan sebagai produk *best seller* yang berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut.

Kemasan yang digunakan saat ini masih berupa plastik bening polos tanpa identitas merek, informasi produk, maupun elemen visual lainnya. Pemilihan kemasan ini didasarkan pada karakteristik konsumen utama yang sensitif terhadap harga dan cenderung membeli dalam jumlah besar, termasuk *reseller*. Dalam kondisi tersebut, kemasan lebih difokuskan pada aspek ekonomis dan kepraktisan, sehingga fungsi komunikasi dan daya tarik visual belum menjadi prioritas.

Adapun kemasan yang digunakan saat ini dapat dilihat pada Gambar 1.1 sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kemasan Kue Bhoi UMKM Salwa Kue

Sumber: UMKM Salwa Kue

Di sisi lain, konsep oleh-oleh sebagai produk yang merepresentasikan identitas daerah menunjukkan adanya kebutuhan kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga memiliki nilai tampilan dan identitas. Dalam praktiknya, oleh-oleh diwujudkan sebagai buah tangan dalam konteks sosial, sehingga terdapat kelompok konsumen yang membeli produk dalam jumlah relatif kecil untuk kebutuhan konsumsi pribadi maupun untuk diberikan kepada orang lain. Kue bhoi sebagai salah satu kue tradisional memiliki potensi untuk memenuhi fungsi tersebut. Meskipun kemasan yang digunakan saat ini telah sesuai dengan kebutuhan pasar utama UMKM, pemanfaatan kemasan sebagai media untuk menampilkan identitas produk dan informasi pendukung masih dapat dikembangkan lebih lanjut. Oleh karena itu, diperlukan kajian untuk mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap elemen visual dan informasi pada kemasan sebagai dasar dalam pengembangan alternatif desain kemasan.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, dalam kegiatan tertentu seperti bazar dan *event*, dibutuhkan kemasan yang lebih menarik untuk meningkatkan daya tarik produk. Perkembangan pemasaran digital juga membuka peluang bagi produk untuk dipasarkan secara lebih luas, sehingga kemasan perlu mampu mendukung tampilan visual produk sekaligus menjaga kualitas selama proses distribusi. Hal ini menunjukkan adanya peluang untuk

menjangkau kebutuhan konsumen yang berbeda dari segmen utama yang ada saat ini.

Dengan demikian, permasalahan kemasan tidak terletak pada ketidaksesuaian dengan pasar saat ini, melainkan pada keterbatasannya dalam mendukung optimalisasi nilai produk. Kemasan yang ada telah sesuai untuk segmen utama yang berorientasi pada harga, namun belum mampu memenuhi kebutuhan konsumen lain yang lebih mempertimbangkan aspek visual dan nilai representatif produk. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pengembangan melalui penyediaan alternatif kemasan yang mampu menjangkau kebutuhan konsumen yang berbeda tanpa mengganggu pasar utama yang sudah ada.

Dalam penelitian ini, metode *Kansei Engineering* digunakan untuk mengidentifikasi dan menerjemahkan persepsi emosional konsumen terhadap kemasan ke dalam elemen desain secara terstruktur, sehingga desain yang dihasilkan dapat sesuai dengan preferensi segmen pasar yang dituju. Penelitian Maharani (2025) menunjukkan bahwa penerapan *Kansei Engineering* dalam pengembangan kemasan mampu meningkatkan daya tarik visual dan persepsi nilai produk secara signifikan.

Untuk mendukung pengambilan keputusan desain yang lebih objektif dan terukur, metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) digunakan dalam menentukan prioritas elemen desain kemasan. AHP memungkinkan penilaian berbagai kriteria secara sistematis melalui perbandingan berpasangan, sehingga diperoleh bobot kepentingan masing-masing elemen. Dengan demikian, alternatif desain kemasan dapat dipilih secara rasional dan terukur.

Oleh karena itu, penelitian berjudul “**Implementasi Metode *Kansei Engineering* dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dalam Perancangan Ulang Kemasan Kue Bhoi pada UMKM Salwa Kue**” penting dilakukan sebagai upaya menghasilkan alternatif kemasan yang lebih optimal secara fungsional dan komunikatif. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk pada kondisi penggunaan tertentu, seperti konsumsi pribadi dan sebagai buah tangan, sehingga dapat memberikan nilai tambah tanpa mengganggu pasar utama yang sudah ada.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja *Kansei word* yang merepresentasikan persepsi konsumen terhadap kemasan kue bhoi?
2. Alternatif desain kemasan mana yang menjadi prioritas utama berdasarkan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP)?
3. Bagaimana hasil perancangan ulang kemasan kue bhoi berdasarkan integrasi metode *Kansei Engineering* dan AHP?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Kansei word* yang merepresentasikan persepsi konsumen terhadap kemasan kue bhoi.
2. Untuk menentukan alternatif desain kemasan yang menjadi prioritas utama berdasarkan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP).
3. Untuk mengetahui hasil perancangan ulang kemasan kue bhoi berdasarkan integrasi metode *Kansei Engineering* dan AHP.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
Sebagai sarana bagi mahasiswa dalam menerapkan metode *Kansei Engineering* dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dalam perancangan ulang kemasan produk, serta menambah wawasan, kemampuan analitis, dan pengalaman akademik maupun praktis di bidang perancangan dan pengembangan produk.

2. Bagi Jurusan

Menambah referensi penelitian di bidang Teknik Industri, khususnya terkait Perancangan dan Pengembangan Produk, penerapan *Kansei Engineering*, pengambilan keputusan menggunakan AHP, serta perancangan ulang kemasan UMKM.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi alternatif desain kemasan kue bhoi yang lebih optimal dan sesuai dengan preferensi konsumen. Kemasan tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk, memberikan nilai tambah, serta menjangkau kebutuhan konsumen yang berbeda tanpa mengganggu pasar utama yang berorientasi pada harga.

1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

1.5.1 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya berfokus pada perancangan ulang kemasan kue bhoi di UMKM Salwa Kue, Keude Aceh, Lhokseumawe.
2. Perancangan ulang kemasan berdasarkan pada hasil pengolahan data.
3. Penelitian ini telah menghasilkan prototipe kemasan, namun belum dilakukan implementasi dalam skala produksi maupun evaluasi penggunaannya di pasar.
4. Penelitian ini tidak mencakup perhitungan biaya kemasan secara detail.

1.5.2 Asumsi

Adapun asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden dianggap memberikan jawaban yang jujur dan representatif terhadap kondisi nyata.
2. Responden mengerti dan memahami kuisisioner yang dibagikan.