

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia saat ini menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan usaha semakin meningkat, sehingga pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan inovasi agar produk yang dipasarkan tetap diminati konsumen. Persaingan tidak hanya terjadi pada perusahaan besar, tetapi juga dirasakan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memiliki kontribusi penting terhadap perekonomian daerah. Selain berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, UMKM juga menjadi sarana dalam mempertahankan dan memperkenalkan produk khas daerah kepada masyarakat luas.

Salah satu bidang UMKM yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan adalah usaha makanan tradisional. Produk makanan tradisional mempunyai ciri khas tersendiri yang menjadi daya tarik bagi konsumen karena memiliki cita rasa khas dan nilai budaya yang tinggi. Akan tetapi, perkembangan tren pasar dan perubahan perilaku konsumen menuntut produk tradisional untuk mampu mengikuti kebutuhan masyarakat modern. Konsumen saat ini tidak hanya memperhatikan kualitas rasa, tetapi juga mempertimbangkan tampilan produk, kemudahan penggunaan, serta desain kemasan yang menarik dan praktis.

Aceh merupakan salah satu daerah yang memiliki berbagai jenis makanan tradisional dengan cita rasa khas dan nilai budaya yang tinggi. Beberapa produk yang cukup dikenal masyarakat adalah halua, meuseukat, dan dodol yang memiliki cita rasa khas serta banyak diminati oleh masyarakat lokal. Produk tersebut memiliki peluang yang besar untuk dikembangkan karena banyak diminati oleh masyarakat lokal maupun wisatawan. Namun demikian, produk makanan tradisional Aceh masih menghadapi beberapa kendala, terutama pada aspek kemasan produk yang masih kurang menarik dan belum mampu bersaing dengan produk sejenis yang sudah memiliki tampilan lebih modern.

Kemasan menjadi salah satu elemen penting dalam pemasaran suatu produk karena memiliki pengaruh terhadap minat dan keputusan pembelian konsumen. Selain berfungsi sebagai pelindung produk, kemasan juga berperan sebagai identitas, media informasi, dan sarana promosi. Desain kemasan yang menarik dapat memberikan kesan positif kepada konsumen serta meningkatkan nilai jual produk. Sebaliknya, kemasan yang kurang menarik dapat menyebabkan produk sulit dikenal dan kurang mampu menarik perhatian konsumen di pasaran.

Salah satu UMKM yang memproduksi makanan tradisional Aceh adalah UMKM Eva Bhoi yang berlokasi di Kabupaten Bireuen. UMKM ini memproduksi beberapa jenis kue khas Aceh seperti halua, meuseukat, dan dodol yang dipasarkan secara langsung maupun melalui media online. Berdasarkan hasil pengamatan awal, diketahui bahwa produk yang dihasilkan memiliki kualitas rasa yang baik dan cukup diminati oleh konsumen. Namun, kemasan yang digunakan masih tergolong sederhana karena hanya menggunakan bahan twinwall tanpa adanya desain visual yang mampu menarik perhatian konsumen. Selain itu, tampilan kemasan juga belum mencerminkan karakter produk khas Aceh yang seharusnya memiliki nilai estetika dan daya tarik lebih tinggi.

Meskipun produk kue tradisional Aceh yang dihasilkan UMKM Eva Bhoi memiliki kualitas yang baik dan diminati konsumen, kemasan yang digunakan masih sederhana sehingga belum mampu merepresentasikan kualitas dan identitas produk secara optimal. Oleh karena itu, perancangan ulang desain kemasan dalam penelitian ini tidak bertujuan memperbaiki kualitas produk, melainkan menghasilkan kemasan yang lebih menarik, mencerminkan identitas produk, serta sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah produk kue tradisional pada UMKM Eva Bhoi Bireuen masih dipasarkan secara terpisah berdasarkan jenisnya sehingga konsumen harus membeli beberapa kemasan apabila ingin memperoleh seluruh varian produk. Kondisi ini dinilai kurang praktis dan menyebabkan biaya pembelian menjadi lebih besar karena setiap produk dijual dengan harga sekitar Rp35.000 per kemasan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal, konsumen mengharapkan kemasan yang dapat memuat ketiga jenis produk dalam

satu wadah agar lebih praktis dan efisien. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemasan yang digunakan saat ini belum mampu memenuhi kebutuhan konsumen serta belum memberikan nilai tambah yang dapat meningkatkan daya tarik produk.

Untuk mengetahui kebutuhan konsumen, dilakukan penyebaran kuesioner mengenai penggunaan satu kemasan untuk tiga jenis produk. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 98% responden menyatakan perlu adanya satu kemasan yang memuat halua, meuseukat, dan dodol. Hasil tersebut menjadi dasar dalam menentukan konsep perancangan kemasan yang lebih praktis, aman, dan menarik dengan menggabungkan ketiga produk dalam satu kemasan tanpa mengubah jenis maupun kualitas produk.

Dalam proses perancangan kemasan, diperlukan metode yang dapat membantu menerjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen ke dalam bentuk desain produk. Metode *Kansei Engineering* digunakan untuk mengetahui respon emosional konsumen terhadap desain kemasan, sedangkan Model Kano digunakan untuk mengidentifikasi atribut kemasan yang paling mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Melalui kombinasi kedua metode tersebut, diharapkan desain kemasan yang dihasilkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen baik dari segi fungsi maupun tampilan visual.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan judul **“Perancangan Desain Kemasan Produk Kue Tradisional Aceh Menggunakan Metode *Kansei Engineering* dan Model Kano (Studi Kasus: UMKM Eva Bhoi Bireuen)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi serta kebutuhan konsumen terhadap kemasan produk kue tradisional Aceh pada UMKM Eva Bhoi?
2. Bagaimana atribut kemasan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk kue tradisional Aceh di UMKM Eva Bhoi berdasarkan Model Kano?

3. Bagaimana rancangan desain kemasan produk kue tradisional Aceh yang sesuai dengan preferensi konsumen dengan menggunakan pendekatan *Kansei Engineering* dan Model Kano?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi persepsi dan kebutuhan konsumen terhadap kemasan produk kue tradisional Aceh.
2. Menentukan atribut kemasan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk kue tradisional Aceh di UMKM Eva Bhoi berdasarkan Model Kano.
3. Menghasilkan rancangan desain kemasan produk kue tradisional Aceh yang sesuai dengan preferensi konsumen dengan menggunakan pendekatan *Kansei Engineering* dan Model Kano.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Penulis
  - a. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis mengenai penerapan metode *Kansei Engineering* dan Model Kano dalam proses perancangan kemasan produk.
  - b. Penulis juga dapat memperoleh pengalaman dalam mengembangkan konsep desain kemasan yang sesuai dengan kebutuhan serta preferensi konsumen pada produk kue tradisional Aceh.
2. Manfaat Bagi Jurusan Teknik Industri
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa Jurusan Teknik Industri dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan perancangan produk atau kemasan menggunakan metode *Kansei Engineering* dan Model Kano.

### 3. Manfaat Bagi Pelaku Usaha

- a. Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pelaku usaha terkait desain kemasan yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam mengembangkan kemasan produk kue tradisional Aceh agar lebih praktis, menarik, serta memiliki nilai tambah bagi konsumen.

## 1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

### 1.5.1 Batasan Masalah

Batasan yang di berikan pada masalah ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada perancangan desain kemasan produk kue tradisional Aceh pada UMKM Eva Bhoi yang berlokasi di Kabupaten Bireuen.
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kansei Engineering* dan Model Kano.
3. Data penelitian diperoleh dari responden yang merupakan konsumen maupun calon konsumen produk kue tradisional Aceh.

### 1.5.2 Asumsi

Adapun asumsi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden berada dalam kondisi fisik dan mental yang baik pada saat mengisi kuesioner.
2. Responden memahami isi pertanyaan serta mampu memberikan jawaban sesuai dengan kuesioner yang dibagikan.