



Redesign Kemasan Keripik Singkong Menggunakan Kansei Engineering

Dedi Dermawan¹, Muhammad Qurthuby², Denur³, Hendri Ali Ardi⁴

^{1,2}Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Riau

³Prodi Teknik Mesin Otomotif, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Riau

⁴Prodi Keuangan dan Perbankan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

DOI: 10.31004/jutin.v6i1.14071

✉ Corresponding author:
[dedi@umri.ac.id]

Article Info

Abstrak

Kata kunci:
Kansei Engineering,
Kemasan,
Desain;

Keripik singkong merupakan makanan ringan yang berbahan dasar singkong. dan suatu cemilan yang familiar bagi masyarakat yang diproduksi oleh. *Home Industry* keripik singkong gurih Cap. Tetapi pada *Home Industry* ini memiliki beberapa masalah yaitu bagaimana cara agar menarik konsumen baru untuk membeli produk keripik singkong gurih cap elang ini. Maka salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan inovasi desain pada kemasan agar lebih menarik. Metode yang digunakan dalam melakukan inovasi redesign kemasan ini yaitu dengan *Kansei Engineering*. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu dengan mengidentifikasi spesifikasi desain kemasan yang diinginkan oleh konsumen dan memberikan usulan desain kemasan yang baru. Beberapa tahapan yang dilakukan dalam metode *Kansei Engineering* ini yaitu dengan mengumpulkan *Kansei Word*, uji *validitas* dan *reliabilitas*, analisis faktor, penetapan elemen desain, *Conjoint Analysis*. Dari hasil pengolahan data didapatkan hasil *desain* kemasan yang diinginkan *responden* yaitu dengan berbahan plastik, berbentuk *Standing Pouch*, memiliki *desain* bermotif ciri khas dan warna yang terang.

Abstract

Keywords:
Kansei Engineering,
Packaging,
Design

Cassava chips are snacks processed from cassava that is thinly sliced and fried and chip is a snack that is familiar to the public and everyone likes it in the home industry, savory cassava chips cap elang production But in this home industry has several problems, namely how to attract new consumers to buy this savory eagle cap cassava chip product. So one of the efforts that can be done is to innovate the design on the packaging to make it more attractive. The method used in innovating this packaging design is by kansei engineering. The goal to be achieved in this study is to identify the packaging design specifications desired by consumers and provide new packaging design proposals. Some of the stages carried out in this kansei engineering method are by collecting kansei words, validity and reliability tests, factor analysis, determining design elements, conjoint analysis,. From the results of data processing, the results of the packaging design desired by respondents were made of plastic, in the form of a standing pouch, having a distinctive patterned design and a light color.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki kedudukan yang besar dalam pembangunan serta perkembangan ekonomi suatu negara dan penyerapan tenaga kerja. Pertumbuhan serta pengembangan zona UMKM kerap diartikan sebagai sesuatu penanda keberhasilan pembangunan, yang ditujukan untuk negara- negara yang mempunyai *income* perkapita yang rendah (Primiana, 2009).

Banyaknya bisnis usaha yang tumbuh di era saat ini, terutama pada bisnis *Home Industry*, tidak seluruhnya sanggup bertahan dalam jangka waktu yang lama. Sebagian besar bisnis tersebut bangkrut akibat berbagai aspek, kondisi paling sulit ialah mempertahankan konsumen agar senantiasa memakai produk dari penjual, ataupun dikatakan dengan loyalitas pelanggan. Produsen tentunya wajib menciptakan produk yang unggul supaya mempunyai kekuatan untuk bersaing, dalam hal ini bisa terwujud dari beragam aspek yaitu penetapan mutu bahan baku, prosedur pengolahan yang pas, dan kemasan yang menarik serta bisa melindungi produk yang dijual. Produsen lebih cenderung menggunakan kemasan dengan apa adanya dan akhirnya kurang diminati oleh pelanggan baru yang belum mengenal produk tersebut.

Salah satu upaya pengusaha untuk bisa unggul dalam persaingan yaitu pengusaha dituntut dalam melaksanakan inovasi serta kreatifitas dalam strategi bisnis. Strategi inovasi produk serta strategi pengembangan produk ialah upaya dalam mencari posisi bersaing yang bisa menguntungkan dalam sesuatu industri dimana persaingan itu berlangsung, tidak hanya strategi inovasi kemasan produk dalam membuat desain kemasan produk yang baru, supaya para konsumen lebih tertarik untuk membeli.

Usaha Keripik Singkong Gurih Cap Elang adalah usaha dalam bentuk *home industry* yang bergerak di bidang industri pangan, dengan bahan baku singkong. Berdasarkan pengamatan di *Home Industry* Keripik Singkong Gurih Cap Elang ditemukannya suatu masalah bagaimana caranya agar menarik minat pelanggan baru atau masyarakat yang belum mengetahui produk ini dapat tertarik membeli produk keripik singkong ini dibandingkan produk yang lain. Salah satu upaya dalam menarik minat konsumen tersebut ialah dengan melaksanakan inovasi pada kemasan, yaitu dengan dilaksanakannya pengembangan kemasan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Kemasan yang digunakan saat ini memakai plastik transparan serta label produk hitam putih, sehingga kurang jadi daya tarik untuk konsumen baru terutama pada generasi milenial.

Hasil penyebaran kuesioner terbuka yang diisi oleh 30 responden, yang terdiri dari pelanggan/konsumen di *Home Industry* Keripik Singkong Gurih Cap Elang, menunjukkan bahwa produk keripik singkong gurih cap elang masih terdapat beberapa kekurangan/kelemahan. Kekurangan/kelemahannya dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini:

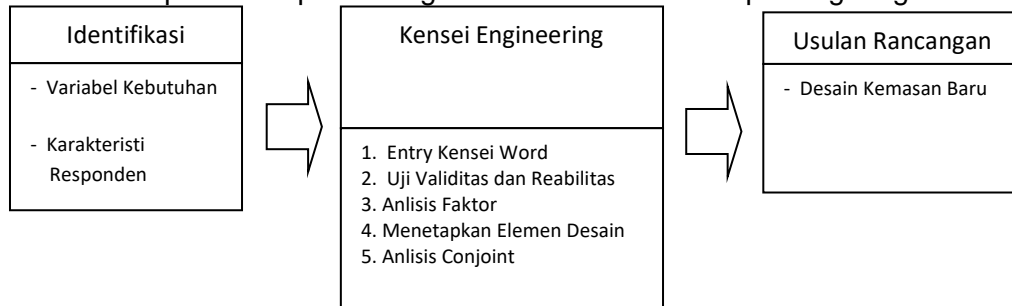
Tabel 1. Kekurangan/Kelemahan Kemasan Keripik Singkong

No	Kekurangan/kelemahan Produk	Jumlah Responden
1	Kemasan tidak menarik	23
2	Desain kemasan yang masi hitam putih	10
3	Tidak ada tanggal expired	7
4	Tidak ada ukuran besar kemasan	10
5	Kemasan sulit dibuka jika tidak menggunakan alat	6

Sumber : Kuesioner Terbuka, 2022

2. METODE

Dalam melakukan penelitian diperlukan adanya langkah-langkah yang berupa proses atau urutan yang berkaitan dengan sistematika penelitian. Berikut adalah *Flowchart* metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian perancangan desain kemasan keripik singkong:



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

**Identifikasi Variabel Kebutuhan
Penentuan Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini konsumen atau masyarakat yang mengkonsumsi produk keripik singkong tidak diketahui secara pasti, sehingga digunakan rumus Formulasi Lemeshow diterapkan pada populasi yang tidak diketahui dari jumlah.

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- Z = Skor z pada kepercayaan 90% = 1,645
- P = Maksimal estimasi = 0,5
- d = Alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Sehingga:

$$n = \frac{1,645^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{2,7060 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,6765}{0,01}$$

$$n = 67,65 = 68 \Rightarrow 70$$

Dengan demikian, banyaknya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 68 *responden* dan digenapkan menjadi 70 *responden*. Dalam penelitian ini, peneliti memakai teknik pengambilan sampel menurut tujuan (*Purposive Sampling*) yaitu suatu pemilihan anggota sampel yang berdasarkan pada tujuan sertamempertimbangkan dari aspek-aspek tertentu dari peneliti.

Karakteristik Responden

Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dalam perancangan kemasan keripik singkong pada penelitian ini:

Tabel 2 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah(Orang)
1	Laki-Laki	42
2	Perempuan	28



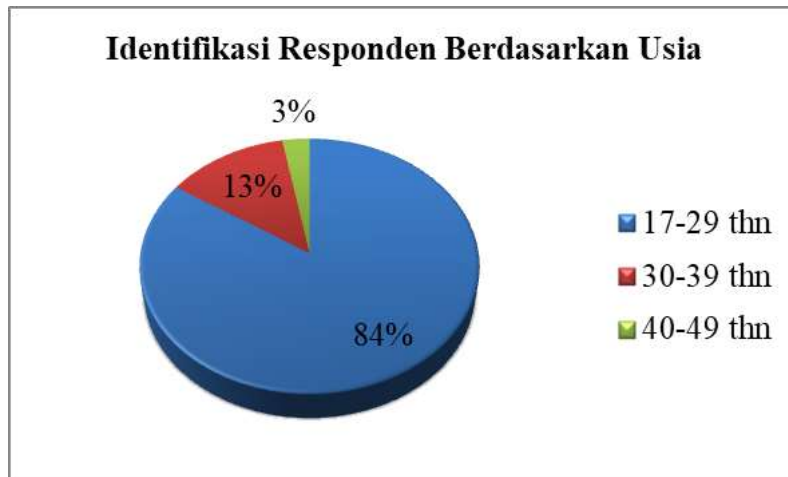
Gambar 1. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
 Sumber : Pengolahan Data, 2022

Identifikasi Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini merupakan identifikasi responden berdasarkan usia dalam perancangan kemasan keripik singkong pada penelitian :

Tabel 3. Identifikasi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia(Tahun)	Jumlah (Orang)
1	17-29 thn	59
2	30-39 thn	9
3	40-49 thn	2



Gambar 2 Persentase Responden Berdasarkan Usia
 Sumber : Pengolahan Data, 2022

Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut adalah identifikasi responden berdasarkan dari pekerjaan dalam perancangan kemasan keripik singkong pada penelitian ini:

Tabel 4 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah(Orang)
1	Karyawan Swasta	14
2	Pelajar/Mahasiswa	25
3	Wirausaha	7
4	Guru	6
5	Petani	11
6	Ibu Rumah Tangga	7



Gambar 3 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan
 Sumber : Pengolahan Data, 2022

Pengumpulan *Kansei Word*

Berikut ini kata *Kansei Word* yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner terbuka:

Tabel 5. Pengumpulan *Kansei Word*

No	<i>Kansei Word</i>	No	<i>Kansei Word</i>
1	Elegan	10	Tahan Lama
2	Rapi	11	Higienis
3	Menarik	12	Sederhana

No	Kansei Word	No	Kansei Word
4	Bermotif	13	Praktis
5	Mudah Dibuka	14	Bentuk Sempel
6	Memiliki Logo	15	Informatif
7	Memiliki Ciri Khas	16	Anti Air
8	Aman	17	Tidak Merusak Isi
9	Berwarna	18	Fleksibel

Langkah selanjutnya adalah menemukan antonim atau lawan kata yang benar. Lawan kata ini juga menjadi contoh *preferensi* konsumen terhadap kemasan keripik singkong.:

Tabel 6. Kansei Word dan Antonim

No	Kansei	Hubungan	Lawan Kata
1	Elegan	><	Biasa
2	Rapi	><	Berantakan
3	Menarik	><	Membosankan
4	Bermotif	><	Polos
5	Mudah Dibuka	><	Sulit Dibuka
6	Memiliki Logo	><	Tidak Berlogo
7	Memiliki Ciri Khas	><	Tidak Memiliki Ciri Khas
8	Aman	><	Berbahaya
9	Berwarna	><	Ekawarna
10	Tahan Lama	><	Mudah Rusak
11	Higienis	><	Kotor
12	Sederhana	><	Kompleks
13	Praktis	><	Ribet
14	Bentuk Sempel	><	Bentuk Rumit
15	Informatif	><	Tidak Informatif
16	Anti Air	><	Tidak Anti Air
17	Tidak Merusak Isi	><	Merusak Isi
18	Fleksibel	><	Kaku

Selanjutnya dilakukan penyebaran kuesioner tertutup yang bertujuan untuk melihat keinginan konsumen dalam perancangan kemasan keripik singkong.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

No	Kansei Word	r Hitung	r Tabel pada 5%	Kesimpulan
1	Elegan	0,418	0,235	Valid
2	Rapi	0,617	0,235	Valid
3	Menarik	0,646	0,235	Valid
4	Bermotif	0,623	0,235	Valid
5	Mudah Dibuka	0,435	0,235	Valid
6	Memiliki Logo	0,573	0,235	Valid
7	Memiliki Ciri Khas	0,562	0,235	Valid
8	Aman	0,422	0,235	Valid
9	Berwarna	0,409	0,235	Valid
10	Tahan Lama	0,649	0,235	Valid
11	Higienis	0,510	0,235	Valid
12	Sederhana	0,650	0,235	Valid
13	Praktis	0,727	0,235	Valid
14	Bentuk Sempel	0,562	0,235	Valid
15	Informatif	0,565	0,235	Valid
16	Anti Air	0,299	0,235	Valid
17	Tidak Merusak Isi	0,304	0,235	Valid
18	Fleksibel	0,305	0,235	Valid

Dari hasil perhitungan uji validitas dapat disimpulkan bahwa semua kata *Kansei Word* dinyatakan *valid*. Hal ini dinyatakan *valid* jika nilai yang ada pada *Pearson Correlation* atau nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel 5% yaitu 0,235. Hasilnya pernyataan tersebut dinyatakan *valid* dan semua kata *Kansei Word* dapat dilanjutkan ketahap berikutnya.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.835	18

Dari hasil uji *reliabilitas* yang dilakukan dengan memakai *software* SPSS didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,835. Dalam hal ini menunjukkan bahwasannya untuk nilai *Cronbach's Alpha* memiliki arti *reliabilitas* mencukupi dan masuk kedalam kategori sangat tinggi, sehingga data tersebut dapat dikatakan *reliabel*.

Analisis Faktor

Analisis faktor dipakai dalam menyederhanakan ataupun meringkas beberapa variabel untuk dilakukan pengamatan secara keseluruhan menjadi variabel yang baru, sehingga variabel yang baru tetap mampu menggambarkan variabel utama. Analisis faktor dilakukan dengan beberapa pengujian diantaranya ialah uji *Kaiser Mayer Olkin* (KMO), *Barlett's Test of Sphericity* serta *Measuren of Sampling Adequacy*. Uji ini berguna dalam mengetahui apakah analisis faktor telah layak atau tidak. Berikut ini merupakan tahapan yang terdapat pada analisis faktor:

Uji Kaiser Mayer Olkin (KMO) dan Barlett's

Tahap pengolahan data ini memiliki tujuan untuk mengetahui kelayakan variabel yang diteliti dan melihat data tersebut dapat diproses lebih ke langkah selanjutnya atau tidak. Untuk dapat mengetahuinya dilihat dari nilai KMO. Jika dalam nilai KMO lebih besar daripada 0,50 maka analisis faktor boleh dilanjutkan. Setelah dilakukan pengujian dengan *software* SPSS, berikut ini hasil dari uji *Kaiser Mayer Olkin* (KMO) dan *Barlett's* yaitu:

Tabel 9 Hasil Uji KMO dan Barlett's Test

<i>KMO and Bartlett's Test</i>		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.682
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	444.673
	Df	153
	Sig.	.000

Dari hasil pengolahan uji *Kaiser Mayer Olkin* (KMO) dan *Barlett's* didapatkan jumlah nilai dari *KMO* adalah $0,682 > 0,50$ sedangkan nilai dari *Bartlett's Test of Sphericity* (Sig) $0,000 < 0,05$ jadi analisis faktor yang telah dilakukan dalam penelitian ini bisa dilanjutkan kepenelitian berikutnya.

Uji Measuren of Sampling Adequacy (MSA)

Tujuan uji *Measuren of Sampling Adequacy* (MSA) ini perlu dilakukan agar dapat mengetahui apakah suatu *variabel* yang dilakukan analisa katakan layak atau tidaknya untuk dilakukan analisa atau penelitian lebih lanjut. Pengolahan data *variabel* diperoleh dengan cara menggunakan *software* SPSS 16.0 serta didapatkan hasil yaitu :

Tabel 10. Hasil Uji *Measures of Sampling Adequacy (MSA)*

No	<i>Kansei Word</i>	Nilai <i>Measures of Sampling Adequacy (MSA)</i>	Keterangan
1	Elegan	0,534	Layak
2	Rapi	0,647	Layak
3	Menarik	0,799	Layak
4	Bermotif	0,729	Layak
5	Mudah Dibuka	0,654	Layak
6	Memiliki Logo	0,619	Layak
7	Memiliki Ciri Khas	0,836	Layak
8	Aman	0,594	Layak
9	Berwarna	0,568	Layak
10	Tahan Lama	0,716	Layak
11	Higienis	0,591	Layak
12	Sederhana	0,769	Layak
13	Praktis	0,818	Layak
14	Bentuk Sempel	0,629	Layak
15	Informatif	0,645	Layak
16	Anti Air	0,671	Layak
17	Tidak Merusak Isi	0,594	Layak
18	Fleksibel	0,481	Tidak Layak

Berdasarkan hasil perhitungan uji MSA ditemukan satu kata *Kansei Word* yang jumlah nilainya dibawah 0,5 ialah kata *Kansei Fleksibel* yang memiliki nilai 0,481. Artinya *Kansei* tersebut tidak bisa memprediksi *variabel* lainnya. Oleh sebab itu selanjutnya harus dilakukan pengujian ulang *KMO* dan *MSA iterasi* kedua. Berikut ini adalah hasil dari Uji *KMO* dan Uji *MSA iterasi* kedua.

Uji Kaiser Mayer Olkin (KMO), Barlett's dan MSA Iterasi 2

Berdasarkan hasil uji analisis faktor yang telah dilakukan bahwa didapatkan hasil pada pengujian nilai *MSA* masi didapatkan kata *Kansei* yang memiliki nilai dibawah 0,5 atau dikatakan tidak layak. Sehingga harus dilakukan pengujian ulang *KMO* dan uji *MSA iterasi* kedua. Berikut ini hasil dari pengujian *iterasi* kedua :

Tabel 11. Hasil Uji *KMO dan Barlett's Test* iterasi 2

KMO and Bartlett's Test		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.697
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	421.448
	Df	136
	Sig.	.000

Dari hasil pengolahan uji *Kaiser Mayer Olkin (KMO)* dan *Barlett's iterasi* kedua didapatkan bahwa jumlah nilai *KMO* adalah sebesar $0,697 > 0,50$ sedangkan nilai *Bartlett's Test of Sphericity (Sig)* $0,000 < 0,05$ jadi analisis faktor yang telah dilakukan dapat diteruskan kepenelitian berikutnya.

Tabel 12. Hasil Uji *Measures of Sampling Adequacy (MSA) Iterasi 2*

No	<i>Kansei Word</i>	Nilai <i>Measures of Sampling Adequacy (MSA)</i>	Keterangan
1	Elegan	0,529	Layak
2	Rapi	0,671	Layak
3	Menarik	0,787	Layak
4	Bermotif	0,737	Layak
5	Mudah Dibuka	0,669	Layak
6	Memiliki Logo	0,602	Layak
7	Memiliki Ciri Khas	0,857	Layak

8	Aman	0,636	Layak
9	Berwarna	0,551	Layak
10	Tahan Lama	0,746	Layak
11	Higienis	0,621	Layak
12	Sederhana	0,770	Layak
13	Praktis	0,815	Layak
14	Bentuk Sempel	0,637	Layak
15	Informatif	0,650	Layak
16	Anti Air	0,722	Layak
17	Tidak Merusak Isi	0,602	Layak

Setelah dilakukan pengujian *MSA iterasi* kedua dengan mengeliminasi kata *Kansei* yang tidak layak. Maka didapatkan hasil bahwa 17 kata *Kansei* dinyatakan layak karna memiliki nilai *MSA* > 0,50. Dan sebab itu tidak ada kata *Kansei* yang tereliminasi atau tidak layak. Berdasarkan hasil uji ini maka ke 17 kata *Kansei* dapat dilanjutkan untuk penelitian selanjutnya.

Penetapan Elemen Desain

Kemasan keripik singkong yang akan di desain ini ialah dengan membuat stimuli produk berdasarkan faktor yang diinginkan dalam pembuatan kemasan. Dalam penelitian desain kemasan keripik singkong ini menggunakan 4 kategori elemen perancangan kemasan yaitu bahan, bentuk, desain dan warna. Sedangkan ukuran kemasan menyesuaikan kepada pilihan produsen. Berikut ini merupakan rincian dari 4 kategori elemen stimuli :

Tabel 13. Kategori Elemen Desain

No	Elemen	Kategori
1	Bahan	Plastik Aluminium Foil
2	Bentuk	<i>Standing Pouch</i> <i>Pillow Pouch</i>
3	Desain	Elegan Bermotif Ciri Khas
4	Warna	Warna Terang Warna Tidak Mencolok

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16, 2022

Setelah kategori elemen dibuat dari 4 faktor yang telah ditentukan oleh peneliti. Selanjutnya dilakukan pembuatan stimuli yang bertujuan untuk memperkecil atau meringkas hasil desain berdasarkan kategori elemen yang telah dibentuk. Penentuan untuk kombinasi elemen-elemen *desain* memakai *software* SPSS 16.0. Berikut ini merupakan bentuk kombinasi *stimuli* pada elemen perancangan *desain* kemasan keripik singkong:

Tabel 14. Stimuli Kemasan Keripik Singkong

Stimuli	Bahan	Bentuk	Desain	Warna
1	Aluminium Foil	Standing Pouch	Bermotif Ciri Khas	Warna Tidak Mencolok
2	Plastik	Pillow Pouch	Bermotif Ciri Khas	Warna Terang
3	Aluminium Foil	Standing Pouch	Bermotif Ciri Khas	Warna Terang
4	Aluminium Foil	Pillow Pouch	Elegan	Warna Terang
5	Plastik	Pillow Pouch	Bermotif Ciri Khas	Warna Tidak Mencolok
6	Plastik	Standing Pouch	Elegan	Warna Terang
7	Aluminium Foil	Pillow Pouch	Elegan	Warna Tidak Mencolok
8	Plastik	Standing Pouch	Elegan	Warna Tidak Mencolok

Setelah memperoleh hasil dari pengolahan menggunakan *software* SPSS maka diperoleh 8 stimuli. Berdasarkan 8 *stimuli* yang telah diperkecil tersebut akan dilakukan penyebaran kuesioner *semantic defferentiall* untuk mengetahui keinginan responden dan sebagai dasar untuk dilakukannya *Conjoint Analysis*.

Conjoint Analysis

Setelah penyebaran kusioner *semantic defferentiall* dilakukan, langkah selanjutnya ialah dilakukan *Conjoint Analysis* memakai *software* SPSS. Dibawah ini merupakan hasil pengolahan data menggunakan *software* SPSS yang telah dilakukan pengujian:

Tabel 15. Hasil *Conjoint Analysis* Kemasan

		Utility Estimate	Std. Error
Bahan	Plastik	.266	.046
	Aluminium	-.266	.046
Bentuk	Standing Pouch	.241	.046
	Pillow Pouch	-.241	.046
Desain	Elegan	-.020	.046
	Bermotif ciri khas	.020	.046
Warna	Warna terang	.038	.046
	Warna tidak mencolok	-.038	.046
(Constant)		3.348	.046

Tabel 16. *Importance Values* *Conjoint Analysis* Kemasan

<i>Importance Values</i>	
Bahan	28.169
Bentuk	30.306
Desain	19.163
Warna	20.933

Tabel 17. *Correlations* *Conjoint Analysis* Kemasan

	Value	Sig.
Pearson's R	.977	.000
Kendall's tau	.786	.003

Usulan Rancangan Kemasan

Tabel 18. Hasil Usulan Rancangan Kemasan

No	Elemen	Kategori	Terpili
1	Bahan	Plastik	Plastik
		Aluminium Foil	
2	Bentuk	<i>Standing Pouch</i>	<i>Standing Pouch</i>
		<i>Pillow Pouch</i>	
3	Desain	Elegan	Bermotif Ciri Khas
		Bermotif Ciri Khas	
4	Warna	Warna Terang	Warna Terang
		Warna Tidak Mencolok	

Berikut ini adalah hasil desain berdasarkan keinginan konsumen untuk desain kemasan keripik singkong adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Hasil Perancangan Desain Kemasan Keripik Singkong

4. KESIMPULAN

- 1) Hasil penyebaran kuesioner terbuka yang dilakukan terdapat 18 Kata *Kansei Word* yaitu Elegan, Rapi, Menarik, Bermotif, Mudah Dibuka, Memiliki Logo, Memiliki Ciri Khas, Aman, Berwarna, Tahan Lama, *Higienis*, Sederhana, Praktis, Bentuk Sempel, Informatif, Anti Air, Tidak Merusak Isi dan Fleksibel.
- 2) Pada tahap ini *Kansei Word* yang didapatkan kemudian dilakukan uji *validitas* dan uji *reliabilitas* dilanjutkan hingga analisis faktor dan *conjoint analysis*. Setelah dilakukan *Conjoint Analysis* maka didapatkan hasil bahwa elemen yang terpilih ialah kemasan keripik singkong berbahan plastik, berbentuk *Standing Pouch*, memiliki desain bermotif ciri khas dan warna yang terang.

5. SARAN

- 1) Diharapkan *Home Industry* yang ada lebih mengerti akan kebutuhan konsumen terkait kemasan produk, sehingga penjualan produk keripik singkong dapat meningkat. Perhatikan juga kualitas produk yang akan diproduksi, sebab kualitas produk dapat mempengaruhi pertumbuhan penjualan selain peran kemasan dalam meningkatkan pemasaran produk.
- 2) Diharapkan kepada peneliti berikutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan metode, fungsi dan aspek lainnya pada model rancangan ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Edytiananda, A. I., Sugandi, W. K., Thoriq, A., & Yusuf, A. (2019). Desain Alat Pemanen Buah Manggis Melalui Pendekatan *Kansei Engineering*. *Jurnal Sustainable: Jurnal Hasil Penelitian dan Industri Terapan*, 8(2), 75-81.
- Faisal, D., Fathimahhayati, L. D., & Sitania, F. D. (2021). Penerapan Metode *Kansei Engineering* Sebagai Upaya Perancangan ulang Kemasan Takoyaki (Studi Kasus: Takoyakiku Samarinda). *Jurnal Tekno*, 18(1), 92-109.
- Hanayuki, 2012, Desain Softcase Biola Ergonomis Menggunakan Metode *Kansei Engineering* dan Quality Function Deployment. Tugas Akhir S1 Teknik Industri UII Yogyakarta
- Khasannu, G. I. (2020). Usulan Perancangan Ulang Kemasan Produk Di Ukm Trimo (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J & Lwanga, S.K. (1997). Besar sampel dalam penelitian kesehatan. Jogjakarta: Gajahmada university press.
- Ntelok, Z. R. E. (2017). Limbah kulit singkong (manihot esculenta l.): alternatif olahan makanan sehat. *JIPD*

(Jurnal Inovasi Pendidikan Dasar).

Setiadi, N. (2005). Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Wheel Drive Passenger Car Exterior Using The Kansei Engineering Type 1. International Journal of Technology 8.2 : 338-351.

Yuniar, Y., Desrianty, A., & Widayani, V. (2017). Rancangan Konsep Produk Alat Makan Portable Menggunakan Metode Kansei Engineering. Journal Industrial Services, 3(1b)