

## **BAB III**

### **TOPIK PEMBAHASAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Melihat perkembangan dan persaingan industri kuliner yang sangat pesat, maka perusahaan yang bergelut dibidang kuliner harus meningkatkan mutu produk secara signifikan. Untuk menjaga produk tetap relevan di perdagangan bebas era globalisasi, saat ini di era perdagangan global banyak produk yang menawarkan bentuk desain produk baru untuk memberikan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan, yang menjadikan keunggulan kompetitif perusahaan untuk daya tarik pelanggan.

Desain kemasan produk berkualitas mencakup lebih dari sekadar fungsi dasarnya itu juga harus memprioritaskan kualitas, kapasitas, dan estetika, sambil menggabungkan skema warna yang menawan untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Kotler pengemasan merupakan kegiatan merancang dan membuat wadah atau bungkus sebagai suatu produk, kemasan yang unik menarik menjadi daya tarik bagi

konsumen. Sedangkan menurut Swasta mengatakan

bahwa kemasan (packaging) merupakan kegiatan-kegiatan yang bersifat umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan bentuk atau desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang. Bagaimana seorang pengusaha mampu menawarkan desain kemasan yang bagus. Kemampuan seorang pengusaha untuk memberikan desain kemasan yang luar biasa adalah pertimbangan utama untuk memberikan yang terbaik untuk konsumen.

Tanghiban merupakan perusahaan baru yang memproduksi perkedel dengan mengadopsi bandeng dan kentang hitam sebagai bahan baku utama. Olahan bandeng merupakan makanan khas Gresik, dimana tujuan Tanghiban sendiri yaitu untuk mengembangkan makanan olahan bandeng untuk inovasi makanan khas daerah gresik. produk tanghiban merupakan produk baru yang bergelut di bidang makanan kuliner khas daerah, tentunya harus memperhatikan kualitas Desain Kemasan tanghiban untuk daya tarik pelanggan. Melihat banyaknya produk olahan bandeng di daerah Gresik, maka harus memperhatikan keinginan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian kali ini memfokuskan pemaksimalan

perancangan desain produk yang memiliki tujuan untuk memuaskan pelanggan. pada produk sebelumnya memiliki permasalahan di kemasan produk, dimana kemasan tersebut kurang efisien sehingga kemasan tersebut membuat produk perkedel kentang hitam dan bandeng memiliki *defect*, dapat di lihat di gambar 3.1



Gambar 3. 1 Kemasan Produk lama

Pada gambar 3.1 memperlihatkan kemasan produk lama menggunakan vakum, penggunaan vakum pada kemasan produk menyebabkan produk tidak berbentuk secara sempurna, yang menyebabkan *defect* yang di sebabkan produk perkedel sangat rentan akan kerusakan Ketika ada himpitan plastik *facum*, kesalahan dalam pemilihan kemasan produk menyebabkan ketidakpuasan pelanggan dan akan membuat kerugian di perusahaan jika terus menerus penggunaan *facum* sebagai alat kemas

produk masih tetap dilanjutkan.

Untuk memenuhi kualitas produk baru yang diinginkan diperlukan inovasi dan evaluasi terhadap desain kemasan produk dengan baik maka harus merujuk salah satu teori yang membahas untuk meningkat kualitas dan merancang produk berdasarkan prefensi konsumen. Metode yang sering digunakan untuk memecahkan permasalahan tersebut adalah metode *QFD (Quality Function Deployment)* dan *HOQ (House Of Quality)* sebagai alat penentu hasil dari *QFD*.

Penelitian mengenai perbaikan desain kemasan menggunakan metode *QFD* banyak dilakukan sebelumnya. Penelitian dilakukan oleh Komarudin (2023) mengenai peningkatan kualitas produk menggunakan metode *QFD* dan kano menghasilkan usulan meningkatkan desain kemasan produk. Penelitian lain dilakukan oleh rizkiyah amaliyah dan Zulkarnain (2022) mengenai pengembangan kemasan peremen rumput laut menggunakan metode *Value Engineering* dan *QFD* menghasilkan konsep desain kemasan permen rumput laut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka permasalahan yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana karakteristik kemasan produk yang ideal dapat dikembangkan dengan menggunakan metode *QFD*?
2. Bagaimana alternatif kemasan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan dapat dipilih dengan menggunakan metode *QFD*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui karakteristik kemasan produk yang ideal dapat dikembangkan dengan menggunakan metode *QFD*.
2. Mengetahui alternatif kemasan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan dapat dipilih dengan menggunakan metode *QFD*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat bagi peneliti adalah:

1. Memberikan pengembangan kemasan produk yang

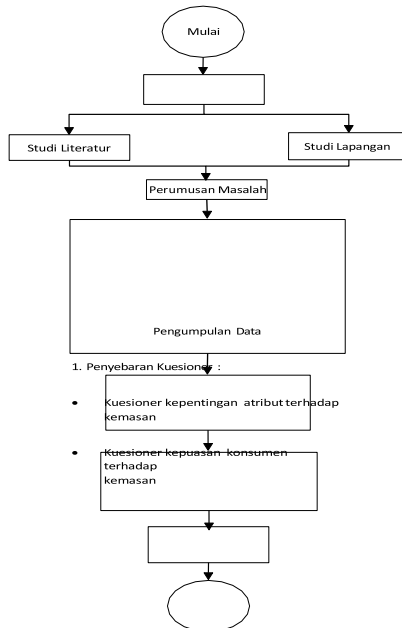
ideal menggunakan metode *QFD*.

2. Memberikan kontribusi bagi pengembangan metode *QFD* untuk pemilihan kemasan produk.

### 1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam Penelitian ini tidak mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pemilihan kemasan produk, seperti biaya, ketersediaan bahan, dan peraturan pemerintah.

### 1.6 Skenario penyelesaian



Gambar 3. 2 *Flowchart* Skenario Penyelesaian

Penjelasan dari Gambar 3.2 *Flowchart* skenario penyelesaian yaitu sebagai berikut:

### **1.6.1 Observasi Awal**

Pada penelitian ini Observasi awal yang dilakukan peneliti yaitu melakukan wawancara dengan personel UMKM Tanghiban. Melalui wawancara tersebut, peneliti dapat mengetahui permasalahan yang ada. bahwa terdapat masalah pada kemasan produk yang belum mampu mencapai tujuan yang maksimal. dari hasil wawancara penulis memilih melakukan penelitian terkait dengan perbaikan desain kemasan.

### **1.6.2 Studi Literatur Dan Studi Lapangan**

Pada penelitian ini peneliti, para peneliti melakukan pemeriksaan menyeluruh terhadap skenario dunia nyata dan mengeksplorasi beragam sumber daya ilmiah yang dikumpulkan dari kuliah, publikasi, dan esai untuk mendapatkan wawasan tentang metode yang sesuai dengan akuisisi data dan interpretasi analitis.

### **1.6.3 Perumusan Masalah**

Pada penelitian ini peneliti mengidentifikasi



masalah yang timbul di lapangan dan menetapkan batasan dan asumsi pada penelitian. Artikulasi masalah disesuaikan dengan permasalahan yang di temukan di lapangan, yang secara khusus ditujukan untuk meningkatkan desain kemasan produk untuk meningkatkan daya tarik dan.

#### **1.6.4 Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan Data terdiri dari informasi faktual yang dikumpulkan dan berkaitan dengan subjek yang diteliti. perolehan data kuesioner melalui pengamatan langsung dengan konsumen untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan.

Penyebaran kuesioner yang di butuhkan digunakan untuk penyempurnaan penelitian. Kuesioner berisi daftar pertanyaan seberapa penting harapan, kepuasan kemasan dan kepentingan atribut yang akan di isi oleh konsumen untuk memenuhi data terhadap desain kemasan produk tanghiban. Sebelum melakukan penyebaran kuesioner peneliti melakukan uji jumlah sample respondensi.

Fungsi dari *uji sample* dalam penelitian digunakan untuk menentukan jumlah respondensi. Di

penelitian ini untuk menentukan jumlah sample dengan acuan rumus Bernauli. Proporsi jumlah responden minimal di tentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dimana:

N = jumlah sampel minimum

Z = nilai distribusi normal

e = toleransi error (5%=0,05)

p = presentase kuisisioner dianggap benar

q = 1-p, presentase kuisisioner dianggap salah

Dengan nilai tingkat kesalahan yang dapat diterima sebesar 5% atau tingkat kepercayaan 95% maka diperoleh:

Kuisisioner yang disebar = 40

Kuisisioner yang dianggap benar = 39,  $p = 39/40 = 0,975$

Kuisisioner yang dianggap salah = 1,  $q = 1/40 = 0,025$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,975) \cdot (0,025)}{(0,05)^2}$$

= 37,45 = 38 Responden (minimal)

Maka diperlukan populasi pengisian kuisisioner

konsumen sebanyak 40 orang. Menurut Sugiyono

(2011), ukuran sampel yang layak digunakan untuk penelitian adalah antara 30 – 500 responden. Maka data dianggap cukup.

### 1.6.5 Pengolahan Data

Pengolahan penelitian ini terbagi menjadi 3 (tiga) tahapan, sebagai berikut:

#### 1. Uji *Validitas* dan *Rehabilitas*

Fungsi dari uji *validitas* digunakan sebagai alat ukur tingkat keabsahan (*Validitas*). Suatu alat

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

ukur dikatakan *valid* jika mempunyai validitas yang tinggi, begitu juga sebaliknya. Penilaian validitas dilakukan melalui proses korelasi nilai individu dari setiap item dalam kuesioner dengan nilai kumulatif dari seluruh item dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel tertentu. Hasil pengujian valid apabila  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel dihitung menggunakan rumus:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi *product moment*

$N$  : Jumlah Subyek

$X$  : Skor item

$Y$  : Skor total

$\sum X$  : Jumlah skor item

$\sum Y$  : Jumlah skor total

$\sum X^2$ : Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ : Jumlah kuadrat skor total Perhitungan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ):

$$\alpha = 0,05$$

Fungsi dari uji reabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kehandalan dari masing-masing pertanyaan pada kuesioner. Kuesioner dianggap dapat reliabel ketika respons individu terhadap pertanyaan yang ditanyakan menunjukkan kestabilan dan konsistensi terhadap jawaban pertanyaan.

$$r = \left[ \frac{k}{\{k - 1\}} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

r = reliabilitas instrumen

k = butir soal yang valid

$\sum S_i^2$  = jumlah varians butir

$S_t^2$  = varians total

## 2. Uji *House Of Quality (HOQ)*

Peneliti melakukan proses pengembangan House of Quality (HoQ) melibatkan beberapa tahapan:

A. Membuat matriks kebutuhan konsumen

B. Membuat matriks perencanaan membutuhkan

beberapa tahapan meliputi:

- a) Menghitung nilai *importance to customer* yaitu menjumlah rata-rata serta total hasil dari kuesioner prioritas.
- b) Menghitung nilai *customer Satisfaction Performance*: menjumlahkan rata-rata serta hasil total dari kuesioner evaluasi.
- c) Perhitungan nilai *goal*: untuk penentuan tingkat pencapaian yang diinginkan dan di capai oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
- d) Perhitungan nilai *improvement ratio*: berfungsi untuk menunjukkan seberapa besar perbaikan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen. Perhitungan dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$IR = \frac{Goal}{Customers\ satisfaction\ performance}$$

- e) *Sales point* ditentukan menggunakan skala, dimana peningkatan besarnya skala yang digunakan berkorelasi dengan dampak yang meningkatkan dari atribut dengan kepentingan

konsumen pada tingkat kepuasan konsumen.

- f) Perhitungan *raw weight* digunakan untuk memodelkan kepentingan keseluruhan dari tiap *customer needs* berdasarkan *importance to customer, improvement ratio, and sales point*.

Perhitungan dapat menggunakan rumus:

$$RW = ITC \times IR \times SP$$

- g) Perhitungan *normalized raw weight* : bertujuan untuk menormalkan data berat mentah sehingga perbandingan dan analisis lebih akurat dan bermakna dalam konteks evaluasi atau penelitian.

$$NRW = \frac{Raw\ Weight}{Total\ Raw\ Weight} \times 1$$

### 3. Uji *Quality Function Deployment (QFD)*

Setelah hasil dari uji *HOQ* di peroleh peneliti melakukan proses uji *QFD* yaitu menetapkan spesifikasi kemasan dengan melihat kebutuhan dan keinginan konsumen.

#### **1.6.6 Analisis Data**



Pada tahap ini melakukan analisis hasil dari perhitungan Uji *House Of Quality (HOQ) & Quality*

*Function Deployment (QFD)*. Tujuan dari tahap ini untuk mengetahui bagian mana saja yang perlu dilakukan perbaikan Desain kemasan dengan menggunakan asumsi konsumen yang telah di dapatkan dari serangkaian metode tersebut.

### **1.6.7 Kesimpulan Dan Saran**

Pada tahap penulis menyimpulkan hasil dari penelitian ini. Dan memberi saran dari serangkaian proses di dalam penelitian dengan penerapan metode *Quality Function Deployment (QFD)*, peneliti memberikan masukan dan saran untuk perusahaan sebagai objek penelitian. Peneliti menjelaskan hasil perbaikan desain kemasan produk yang efisien untuk perusahaan.

