



# Sustainable Environmental and Optimizing Industry Journal

e-ISSN: 2621-5586

Volume 6, Nomor 1, Maret 2024

Doi: <https://doi.org/10.36441/seoi.v6i1.2447>

## PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN PRODUK KEMASAN KERIPIK BAKSO GORENG DI IRT AMNPQ DENGAN MEMPERHATIKAN SUARA KONSUMEN

### *PLANNING AND DEVELOPMENT OF FRIED MEATBALL CHIPS PACKAGING PRODUCTS AT IRT AMNPQ WITH CONSUMERS' VOICES IN MIND*

Made Savitri Purnamasari Yudana Putri<sup>1</sup>, Asep Mohamad Noor<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Magister Teknik Industri dan Management, Universitas Gunadarma

\*E-mail Korespondensi: [madesavitrippy@gmail.com](mailto:madesavitrippy@gmail.com)

Diterima: 8 maret 2024

Disetujui: 30 Maret 2024

#### **ABSTRACT**

*The fried meatball chips industry has experienced significant growth in recent years, driven by consumer demand for convenient and tasty snack options. Packaging for these products often lacks innovation, leading to issues such as poor product protection, limited shelf life, and lack of brand differentiation. This study aims to develop an improved packaging solution for fried meatball chips that addresses these challenges while taking into account sustainability and consumer preferences. The study used a mixed methods approach, combining quantitative and qualitative techniques. Initially, a comprehensive market analysis was conducted to understand consumer behavior, packaging trends, and industry best practices. The final packaging solution was tested for its effectiveness in terms of product protection, shelf life extension, and consumer appeal through various laboratory and field tests. In addition, a life cycle assessment (LCA) was conducted to evaluate the environmental impact of the proposed packaging solution and identify opportunities for further improvement. The findings of this study contribute to the existing body of knowledge in the field of packaging design and development, specifically for the fried meatball chips industry. The proposed packaging solution offers improved product protection, shelf life extension, increased brand recognition, and improved sustainability, ultimately benefiting both producers and consumers.*

**Keywords:** *fried meatball chips, House of Quality, home industry, QFD, Voice of customer*

*How to cite this article:*

Putri, MSPY. Noor, AM.(2024). Perencanaan Dan Pengembangan Produk Kemasan Keripik Bakso Goreng Di Irt Amnpq Dengan Memperhatikan Suara Konsumen. Sustainable Environmental and Optimizing Industry Journal. 6 (1), 27-38. Doi: <https://doi.org/10.36441/seoi.v6i1.2447>

## ABSTRAK

*Industri keripik bakso goreng telah mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh permintaan konsumen akan pilihan camilan yang praktis dan lezat. Kemasan untuk produk-produk ini seringkali kurang inovatif, yang menyebabkan masalah seperti perlindungan produk yang buruk, masa simpan terbatas, dan kurangnya diferensiasi merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan solusi kemasan yang lebih baik untuk keripik bakso goreng yang mengatasi tantangan-tantangan tersebut serta mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan preferensi konsumen. Studi ini menggunakan pendekatan metode campuran, menggabungkan teknik kuantitatif dan kualitatif. Awalnya, dilakukan analisis pasar yang komprehensif untuk memahami perilaku konsumen, tren kemasan, dan praktik terbaik industri. Solusi kemasan akhir diuji efektivitasnya dalam hal perlindungan produk, perpanjangan masa simpan, dan daya tarik konsumen melalui berbagai uji laboratorium dan lapangan. Selain itu, dilakukan penilaian siklus hidup (LCA) untuk mengevaluasi dampak lingkungan dari solusi kemasan yang diusulkan dan mengidentifikasi peluang untuk perbaikan lebih lanjut. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi pada badan pengetahuan yang ada di bidang desain dan pengembangan kemasan, khususnya untuk industri keripik bakso goreng. Solusi kemasan yang diusulkan menawarkan perlindungan produk yang lebih baik, perpanjangan masa simpan, peningkatan pengenalan merek, dan keberlanjutan yang lebih baik, yang pada akhirnya menguntungkan baik produsen maupun konsumen.*

**Kata kunci:** *keripik bakso goreng, rumah kualitas, industri rumah tangga QFD, suara konsumen*

## PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini membuat persaingan didunia industri semakin menjadi sangat kompetitif, salah satunya adalah industri makanan. Hal ini menyebabkan perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan harus senantiasa berlomba-lomba dalam mempertahankan keunggulan produknya untuk membedakan dengan para pesaingnya. Perusahaan dibidang industri makanan dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat harus melakukan pemasaran semaksimal mungkin. Kemasan merupakan salah satu alat pemasaran yang penting, tidak hanya sekedar sebagai pembungkus. Pengemas merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk (1). Berdasarkan hal tersebut, industri makanan harus memiliki kemasan produk yang menarik dan berkualitas serta sesuai dengan keinginan pelanggan.

Kemasan menjadi salah satu cara untuk menghadapi persaingan karena dengan desain kemasan yang menarik akan membuat konsumen memilih produk yang ditawarkan, kemasan juga berperan besar terhadap promosi sebuah produk, dan desain kemasan yang menarik bisa membuat persepsi yang berbeda atas sebuah produk yang nantinya akan berujung pada pembelian dan dapat memperoleh kesuksesan dalam penjualan. Permasalahan Industri Rumah Tangga (IRT AMNPQ) adalah produk keripik bakso goreng yang dihasilkan saat ini belum memiliki kemasan tersendiri melainkan harus membeli kemasan pada pemasok sehingga kurang memiliki ciri khas tersendiri dari segi kemasan produk keripik bakso goreng di Industri Rumah Tangga (IRT AMNPQ). Perancangan produk kemasan keripik bakso goreng di Industri Rumah Tangga (IRT AMNPQ) diharapkan dapat

meningkatkan penjualan produk serta dapat meningkatkan keunggulan produk keripik bakso goreng Industri Rumah Tangga (IRT AMNPO) di pasaran.



Gambar 1. Produk keripik bakso goreng

Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa produk keripik bakso goreng hanya dikemas dengan menggunakan plastik transparan tanpa label atau informasi apapun. Hal ini membuat produk keripik bakso goreng di Industri Rumah Tangga kurang menarik dari segi kemasan sehingga kurang memiliki daya saing dengan produk serupa yang berada dipasaran. Selain itu, penggunaan kemasan juga harus sesuai dengan standar kemasan yang telah ditetapkan pada Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Republik Indonesia No. HK 00.05.55.6497 tentang Bahan Kemasan Pangan dan Peraturan Pemerintah RI No.69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Kemasan keripik bakso goreng sebelumnya terbuat dari jenis material yang terlalu tebal dan kaku sehingga sulit kemasan sulit untuk ditekuk, bentuk dan ukuran terlalu besar, tidak memiliki desain kemasan, serta tidak terdapat informasi tambahan seperti nama produk, nama perusahaan, berat bersih, tanggal kadaluarsa, dan komposisi yang merupakan informasi berguna bagi konsumen sehingga diperlukan perbaikan karakteristik spesifikasi produk kemasan keripik bakso goreng. Oleh karena itu, Industri Rumah Tangga (IRT AMNPO) ingin melakukan perancangan produk kemasan keripik bakso goreng dengan senantiasa memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen.

## **METODE**

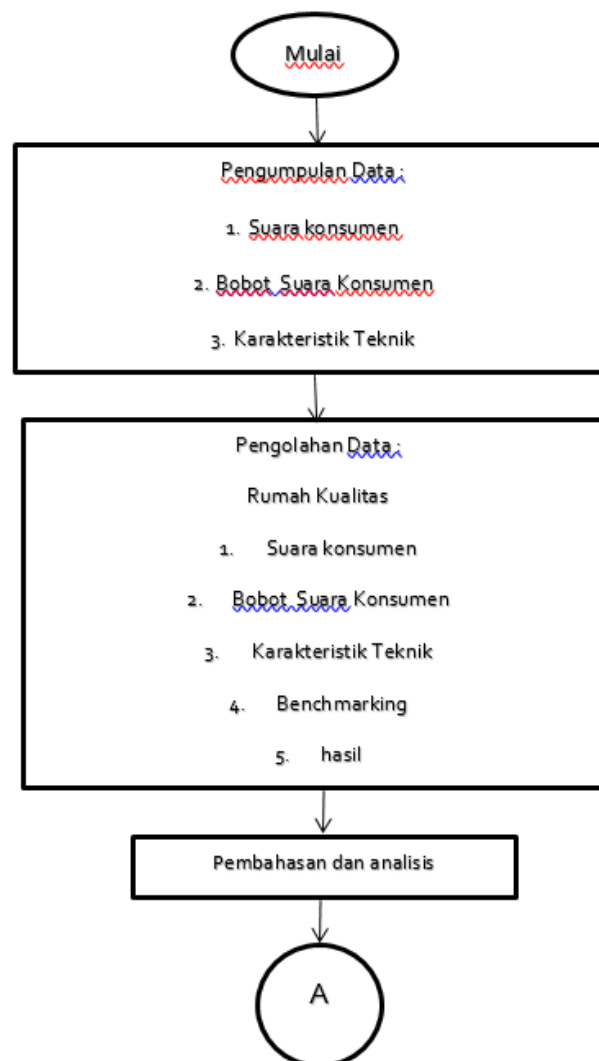
### **Kerangka Pemikiran**

Sistem usaha Keripik Bakso Goreng yang kondusif merupakan salah satu kondisi yang perlu diwujudkan dan ditingkatkan dalam rangka mendukung upaya untuk meningkatkan daya saing industri Keripik Bakso Goreng. Kondisi sistem usaha tersebut bersifat kompleks, dan merupakan perwujudan dari keterkaitan dan interaksi faktor internal dan eksternal dari usaha Keripik Bakso Goreng. Dengan demikian dalam menentukan strategi atau pendekatan dalam meningkatkan kondisi sistem usaha tersebut perlu dilakukan dengan pendekatan sistem. Penentuan strategi yang dalam implementasinya diharapkan dapat memberikan kondisi sistem usaha yang lebih kondusif haruslah berkesesuaian dengan kebutuhan dan

keinginan pemangku kepentingan, khususnya pelaku usaha dan institusi penunjang. Kebutuhan dan keinginan pelaku usaha serta sejauh mana tingkat kesesuaian, kepentingan dan keterkaitan atau relevansinya dengan strategi untuk meningkatkan kondisi sistem usaha bukanlah sesuatu yang dapat dinilai secara eksak. Dengan demikian, dalam menentukan strategi peningkatan kondisi sistem dilakukan dengan pendekatan QFD. Diagram alir kerangka pemikiran konseptual disajikan pada Gambar 1

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil *brainstorming* dan hasil wawancara mendalam serta pengisian kuesioner untuk mengeksplorasi pendapat ahli. Wawancara mendalam terhadap ahli dilakukan untuk menentukan faktor dan strategi yang berperan dalam kondisi sistem usaha Keripik Bakso Goreng. Data sekunder berasal dari kajian pustaka dan hasil observasi lapang maupun *brainstorming* dengan berbagai pihak. Ahli yang dijadikan nara sumber kajian terdiri dari ahli dan praktisi industri Kemasan Keripik Bakso Goreng.





Gambar 2. Langkah Penyelesaian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan suatu proses meyakinkan bahwa produk yang di buat berdasarkan kebutuhan dan keinginan pelanggan sampai pada kebutuhan yang tersembunyi dan pada proses ini tidak adanya kebutuhan dan keinginan pelanggan yang terlewatkan. Identifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan meliputi seluruh proses pengembangan produk dan tahapan mulai dari spesifikasi kebutuhan produk, seleksi konsep (2). Karakteristik teknis merupakan deskripsi terukur pada produk, dengan karakteristik teknis tim pengembang dapat mengetahui ke arah mana pengembangan produk yang dibuat. Identifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan dari perancangan kemasan produk keripik bakso goreng diambil dari hasil kuesioner terbuka dan tertutup yang telah dibagikan kepada 96 orang responden. Keinginan pelanggan serta karakteristik teknis yang didapatkan disajikan dalam matriks pada Rumah Kualitas dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

### Kuesioner Terbuka

Jumlah responden adalah sebanyak 96 orang yang disebarakan melalui Google Form dengan kriteria responden yang dibutuhkan yaitu anak sekolah, mahasiswa, dan pegawai dengan kisaran umur 15-35 tahun serta pernah mengonsumsi keripik bakso goreng. Kuesioner dibangun berdasarkan kebijakan pengembangan produk yang telah ditetapkan yaitu meliputi dimensi konformansi dengan fokus pada karakteristik bentuk, material, dan ukuran. Selain itu pengembangan pada dimensi estetika fokus pada karakteristik desain kemasan. Dimensi peromansi dengan fokus pada karakteristik informasi kemasan. Dimensi fitur dengan fokus pada karakteristik fitur tambahan berupa penutup.

Tabel 1. Pertanyaan Kuesioner

No	Pertanyaan
1	Bagaimana bentuk yang Anda inginkan pada kemasan keripik bakso goreng?
2	Bagaimana desain yang Anda inginkan pada kemasan keripik bakso goreng?
3	Menurut Anda, apa yang harus terdapat pada kemasan keripik bakso goreng?
4	Bagaimana ukuran kemasan keripik bakso goreng yang Anda inginkan?
5	Menurut Anda, fitur penutup apa yang harus ditambahkan pada kemasan keripik bakso goreng?
6	Menurut Anda, bahan seperti apa yang cocok untuk kemasan keripik bakso goreng?

Berdasarkan kuesioner terbuka yang diberikan terdapat 6 pertanyaan yang telah disebar melalui G-form kepada 96 responden. Pertanyaan yang diberikan kepada responden akan mendapatkan data jawaban yang akan dipilih dan diterapkan pada perancangan produk kemasan keripik bakso goreng. Jawaban dari responden akan ditarik menjadi sebuah kesimpulan dari kuesioner terbuka.

Tabel 2. Jawaban Pertanyaan Kuesioner

No	Pernyataan	Responden
1	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki bentuk kantong	46
2	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki desain yang menarik	54
3	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki informasi tambahan	56
4	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki ukuran tidak terlalu besar	62
5	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki fitur tambahan berupa penutup kemasan	71
6	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki material yang kedap udara dan tahan air	22

Berdasarkan Kesimpulan Kuesioner Terbuka dapat diketahui bahwa pada pernyataan pertama konsumen menginginkan bentuk produk kemasan keripik bakso goreng adalah kantong dengan responden sebanyak 46 orang. Pernyataan kedua konsumen menginginkan desain yang menarik pada produk kemasan keripik bakso goreng dengan responden sebanyak 54 orang. Pernyataan ketiga konsumen menginginkan informasi tambahan pada kemasan keripik bakso goreng dengan responden sebanyak 56 orang. Pernyataan keempat konsumen menginginkan ukuran produk kemasan keripik bakso goreng tidak terlalu besar dengan responden sebanyak 62 orang. Pernyataan kelima konsumen menginginkan fitur tambahan pada kemasan keripik bakso goreng dengan responden sebanyak 71 orang. Pernyataan keenam konsumen menginginkan bahan kemasan yang bersifat kedap udara dan tahan air dengan responden sebanyak 22 orang. Hasil dari kuesioner terbuka dapat diketahui apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen terkait produk kemasan keripik bakso goreng.

Tabel 3 Hasil Kuesioner terkait kemasan

No	Dimensi	Karakteristik Produk	kebutuhan dan keinginan pelanggan (Bahasa Primer)	kebutuhan dan keinginan pelanggan (Bahasa Sekunder)
1	Konformansi	Bentuk kemasan	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki bentuk kantong	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki bentuk kantong persegi
		Ukuran kemasan	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki ukuran tidak terlalu besar	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki ukuran sedang

No	Dimensi	Karakteristik Produk	kebutuhan dan keinginan pelanggan (Bahasa Primer)	kebutuhan dan keinginan pelanggan (Bahasa Sekunder)
		Material kemasan	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki material yang kedap udara dan tahan air	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki material yang kuat
2	Estetika	Desain kemasan	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki desain yang menarik	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki gambar yang menarik
3	Performansi	Informasi kemasani	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki informasi mengenai isi produk	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki informasi tambahan berupa tanggal kadaluarsa, tanggal produksi, dan komposisi
4	Fitur	Fitur tambahan kemasan	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki fitur tambahan berupa penutup kemasan	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki fitur tambahan penutup kemasan yang mudah digunakan

### Kuesioner Tertutup

Kuesioner tertutup merupakan pertanyaan yang diajukan kepada responden dengan jawaban yang telah ditentukan. Kuesioner tertutup merupakan pengembangan dari hasil kesimpulan kuesioner terbuka, dan pada tiap pertanyaan kuesioner tertutup memiliki skala atau bobot yang disesuaikan dengan produk yang diamati untuk selanjutnya dilakukan proses analisis untuk mendapatkan kesimpulan dari data yang didapat. Tujuan dari kuesioner tertutup adalah untuk memperoleh informasi-informasi yang relevan mengenai variabel-variabel penelitian yang akan diukur dalam penelitian produk kemasan keripik bakso goreng.

Tabel 4 Daftar Pertanyaan Kuesioner Tertutup

No	Pertanyaan
1	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki bentuk kantong persegi
2	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki gambar yang menarik
3	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki informasi tambahan berupa tanggal kadaluarsa, tanggal produksi, dan komposisi
4	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki ukuran sedang
5	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki fitur tambahan penutup kemasan yang mudah digunakan
6	Produk kemasan keripik bakso goreng memiliki material yang kuat

Data untuk responden adalah sebanyak 96 orang responden yang disebarakan melalui Google Form dengan kriteria responden yang dibutuhkan yaitu anak sekolah, mahasiswa, dan pegawai dengan kisaran umur 15-35 tahun serta pernah mengonsumsi keripik bakso goreng. Pertanyaan kuesioner tertutup terdapat pada lampiran 2. Berdasarkan hasil dari kuesioner tertutup yang dibuat dari jumlah 96 responden didapatkan kesimpulan yang dijelaskan dalam tabel.

### Identifikasi Karakteristik Teknis Produk

Karakteristik teknis merupakan deskripsi terukur pada produk, dengan karakteristik teknis tim pengembang dapat mengetahui ke arah mana IV-14 pengembangan produk yang dibuat, artinya mengubah pernyataan dari responden yang bersifat kualitatif menjadi kuantitatif. Identifikasi karakteristik teknis dilakukan dengan menentukan karakteristik teknis yang berhubungan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sub bab ini menjelaskan mengenai daftar kebutuhan dan keinginan pelanggan dan daftar metrik kemasan keripik bakso goreng.

#### 1. Daftar kebutuhan dan keinginan pelanggan

Tabel daftar kebutuhan dan keinginan pelanggan ini menjelaskan mengenai hasil dari keinginan pelanggan yang diketahui setelah menyebarkan kuesioner yang telah diisi oleh 96 responden dengan target pasar pria maupun wanita dari usia 15 sampai 35 tahun.

Tabel 5. Daftar Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan

No	Dimensi Kualitas	kebutuhan dan keinginan pelanggan
1	Konformansi	Bentuk produk berupa kantong persegi
2	Estetika	Desain produk cetak penuh
3	Informasi	Informasi tambahan produk berupa tanggal kadaluarsa, tanggal produksi, dan komposisi
4	Konformansi	Produk berukuran sedang
5	Fitur	Fitur tambahan berupa penutup
6	Konformansi	Ketebalan material yang kuat

Dimensi kualitas merupakan totalitas dari karakteristik suatu produk baik secara konvensional (karakteristik langsung dari suatu produk) maupun secara strategis (segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan dan keinginan pelanggan) yang di spesifikasikan atau diterapkan). Dimensi kualitas yang digunakan adalah konformansi, estetika, informasi, dan fitur. kebutuhan dan keinginan pelanggan bentuk produk kemasan berupa kantong persegi, produk kemasan berukuran sedang, dan produk kemasan memiliki ketebalan material yang kuat dimasukkan kedalam dimensi kualitas konformansi. kebutuhan dan keinginan pelanggan berupa desain produk cetak penuh dimasukkan kedalam dimensi kualitas estetika. kebutuhan dan keinginan pelanggan terdapat informasi tambahan berupa tanggal kadaluarsa, tanggal produksi, dan komposisi dimasukkan kedalam dimensi kualitas informasi. kebutuhan dan keinginan pelanggan berupa fitur tambahan penutup dimasukkan kedalam dimensi kualitas fitur.



2. Daftar Metriks Kemasan Keripik Bakso Goreng

Penyusunan metrik harus memperhatikan beberapa hal, yaitu metrik harus merupakan variabel yang dependen, metrik harus praktis, beberapa kebutuhan tidak dapat diterjemahkan menjadi metrik yang kuantitatif, metrik sebaiknya mencakup kriteria yang populer dibandingkan di pasaran.

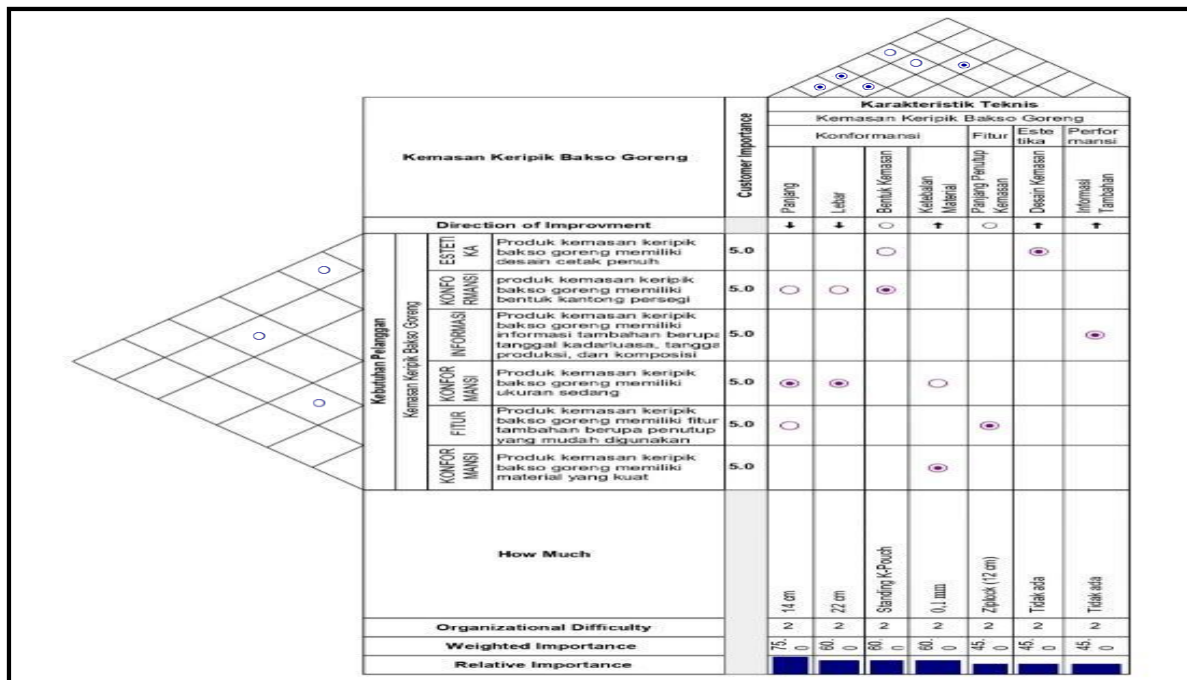
Tabel 6 Metriks Kemasan

Metric No	Need No	Metric	Bobot Kepentingan	Satuan
1	1,4	Panjang kemasan	5	cm
2	1,4	Lebar Kemasan	5	cm
3	2	Luas cetak kemasan	5	cm <sup>2</sup>
4	6	Ketebalan material plastik	5	mm
5	3	Ukuran huruf pada informasi kemasan	5	pt
6	5	Panjang penutup kemasan	5	cm

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui need no merupakan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang didapatkan dari tabel kebutuhan dan keinginan pelanggan, pada metrik pertama yaitu panjang kemasan dengan nomor kebutuhan dan keinginan pelanggan 1 dan 4 serta bobot kepentingan 5 memiliki satuan cm. Metrik kedua yaitu lebar kemasan dengan nomor kebutuhan dan keinginan pelanggan 1 dan 4 serta bobot kepentingan 5 memiliki satuan cm. Metrik ketiga yaitu luas cetak kemasan dengan nomor kebutuhan dan keinginan pelanggan 2 serta bobot kepentingan 5 memiliki satuan cm<sup>2</sup> . Metrik keempat yaitu ketebalan kemasan dengan nomor kebutuhan dan keinginan pelanggan 6 serta bobot kepentingan 5 memiliki satuan mm. Metrik kelima yaitu ukuran informasi tambahan dengan nomor kebutuhan dan keinginan pelanggan 3 serta bobot kepentingan 5 memiliki satuan pt. Metrik keenam yaitu panjang penutup kemasan dengan nomor kebutuhan dan keinginan pelanggan 5 serta bobot kepentingan 5 memiliki satuan cm.

**Rumah Kualitas**

Berdasarkan dari pengumpulan dan pengolahan data di atas maka dapat dibentuk rumah kualitas atau Rumah Kualitas yang berisikan keinginan pelanggan, karakteristik teknis, nilai prioritas, serta target perbaikannya. Berikut merupakan Rumah Kualitas dari kemasan produk keripik bakso goreng.



Gambar 3. Rumah Kualitas

Berdasarkan Rumah Kualitas yang sudah dibuat terdapat beberapa bagian-bagian dalam Rumah Kualitas, yaitu kebutuhan dan keinginan pelanggan, karakteristik teknis, korelasi matriks antara apa dan bagaimana, arah perbaikan, berapa banyak, atap atas, atap samping, tingkat kesulitan, berat kepentingan, dan hubungan kepentingan. Berikut analisis dari Rumah Kualitas produk kemasan keripik bakso goreng.

kebutuhan dan keinginan pelanggan adalah daftar keinginan dan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang telah diperoleh melalui pendekatan deskriptif atau wawancara terhadap pelanggan. kebutuhan dan keinginan pelanggan terdiri dari kebutuhan primer kemasan keripik bakso goreng, kebutuhan primer tersebut terdiri dari 4 kebutuhan sekunder yaitu konformansi, estetika, fitur, dan informasi. Kebutuhan sekunder konformansi memiliki data tersier yaitu produk kemasan keripik bakso goreng memiliki bahan kemasan yang kuat memiliki bobot kepentingan bernilai 5.0 yang artinya pelanggan sangat setuju jika kemasan keripik bakso goreng memiliki sifat bahan kemasan yang kuat, produk kemasan keripik bakso goreng memiliki ukuran sedang memiliki bobot kepentingan bernilai 5.0 yang artinya pelanggan sangat setuju jika produk kemasan keripik bakso goreng memiliki ukuran kemasan sedang, produk kemasan keripik bakso goreng memiliki bentuk kantong persegi memiliki bobot kepentingan 5.0 yang artinya pelanggan sangat setuju jika kemasan keripik bakso goreng memiliki bentuk kantong persegi. Kebutuhan sekunder fitur memiliki data tersier produk kemasan keripik bakso goreng memiliki fitur tambahan berupa penutup memiliki bobot kepentingan bernilai 5.0 yang artinya pelanggan sangat setuju jika kemasan keripik bakso goreng fitur tambahan. Kebutuhan sekunder performansi memiliki data tersier produk kemasan keripik bakso goreng memiliki informasi tambahan berupa tanggal kadaluarsa, tanggal produksi, dan komposisi memiliki bobot kepentingan bernilai 5.0 yang artinya pelanggan sangat setuju jika produk kemasan keripik bakso goreng memiliki informasi tambahan berupa tanggal kadaluarsa, tanggal produksi, dan komposisi.

Kebutuhan sekunder estetika memiliki data tersier produk kemasan keripik bakso goreng memiliki desain cetak penuh memiliki bobot kepentingan 5.0 yang artinya pelanggan sangat setuju jika produk kemasan keripik bakso goreng memiliki desain cetak penuh.

Karakteristik teknis adalah deskripsi dari suatu produk baik dari dimensi hingga materialnya. Karakteristik primer pada karakteristik teknis adalah kemasan keripik bakso goreng, pada karakteristik teknis primer terdapat karakteristik teknis sekunder yaitu konformansi, estetika, fitur, dan performansi. Karakteristik teknis sekunder konformansi memiliki karakteristik teknis tersier yaitu ketebalan kemasan, bentuk kemasan, panjang dan lebar. Karakteristik teknis sekunder fitur memiliki karakteristik teknis tersier yaitu panjang penutup kemasan. Karakteristik teknis sekunder performansi memiliki karakteristik teknis tersier yaitu informasi tambahan. Karakteristik teknis sekunder estetika memiliki karakteristik teknis tersier yaitu bentuk kemasan dan desain kemasan.

Berdasarkan nilai berat kepentingan pada setiap karakteristik teknis, disimpulkan bahwa karakteristik dominan atau yang menjadi prioritas tim pengembang untuk mengembangkan produknya adalah karakteristik teknis konformansi berupa panjang. Hal tersebut karena karakteristik teknis konformansi yaitu panjang memiliki nilai berat kepentingan terbesar diantara karakteristik lainnya, yaitu 75,00. Pengembangan pada karakteristik teknis tersebut akan menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kesimpulan dari nilai 75,00 yang merupakan nilai dominan yang harus dilakukan tim pengembang dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, karena tingkat kepuasan pelanggan sebelumnya merasa belum puas terhadap produk yang sudah ada, maka dari itu perlu ditindak lanjuti pada bagian panjang yaitu menurunkan ukuran panjang produk.

### **Penurunan dan Penyusunan Konsep**

Berdasarkan matriks *Rumah Kualitas* yang telah didapat berdasarkan tahap identifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan, tahap selanjutnya yang dilakukan oleh tim pengembang adalah tahap penurunan dan penyusunan konsep. Karakteristik dominan atau yang menjadi prioritas tim pengembang untuk mengembangkan produknya adalah karakteristik teknis konformansi berupa panjang, karena memiliki nilai berat kepentingan terbesar dibanding karakteristik lainnya. Tujuan penurunan dan penyusunan konsep yaitu gambaran singkat mengenai produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, produk dapat memuaskan pelanggan dan laku di pasaran tergantung pada nilai tinggi untuk ukuran kualitas yang mendasari suatu konsep. Berikut ini merupakan tahapan dalam melakukan penurunan dan penyusunan konsep.

### **Desain Konsep Produk**

Proses perancangan dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* Solidworks dan menghasilkan sebuah rancangan atau desain. Berikut merupakan gambar desain 2D konsep terpilih produk kemasan bakso goreng.



Gambar 4. Disain Kemasan 2D

## KESIMPULAN

Berdasarkan gambar desain konsep terpilih menunjukkan sebuah rancangan berupa kemasan yang memiliki dimensi sebesar 12 cm x 20 cm. Jenis material yang digunakan yaitu plastik LDPE. Bentuk kemasan yang digunakan yaitu kantong persegi. Pada bagian atas dari kemasan terdapat jenis penutup yang digunakan yaitu risleting kunci. Pada bagian depan kemasan terdapat informasi mulai dari nama produk, berat bersih, dan nama produsen. Pada bagian belakang kemasan terdapat informasi mulai dari tanggal kadaluarsa, komposisi, nama dan alamat produsen. Desain kemasan dibuat dengan label cetak penuh. Konsep terpilih digambarkan secara lebih nyata melalui desain 3D dengan menggunakan fitur rendering pada *software* Solidworks. Berikut ini merupakan gambar desain 3D konsep terpilih produk kemasan bakso goreng.



Gambar 5. Disain Kemasan 3D

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tjiptono, Fandy (2007), Strategi Pemasaran, Edisi Pertama, Andi Ofset, Yogyakarta.
- [2] Ulrich, Kort & Eppinger, S., (2001), Perancangan dan Pengembangan Produk Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Teknik.