

Silka Amaliya Farha. NIM150321100086. Penilaian Konsumen Terhadap Desain Kemasan Ikan Asin Khas Banyusangkah Kecamatan Tanjung Bumi Madura. Dibawah bimbingan Dr. Fuad Hasan, SP., MP.

ABSTRAK

Pengolahan ikan menjadi ikan asin merupakan peluang bisnis yang besar bagi para nelayan karena dapat menjadi pemasukan tambahan. Produk ikan asin khas Banyusangkah masih belum memiliki kemasan yang layak, sehingga belum mampu bersaing dengan produk olahan ikan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis kemasan ikan asin khas Banyusangkah yang diharapkan oleh konsumen, (2) mengetahui penilaian konsumen terhadap atribut kemasan ikan asin khas Banyusangkah Madura. Penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif dengan indikator kemasan yang akan diteliti ialah bahan, bentuk, warna, ukuran serta desain kemasan. Berdasarkan tujuan pertama peneliti menggunakan tiga komponen atribut kemasan yaitu: komponen visual, verbal dan fitur. Sedangkan tujuan kedua menggunakan skala likert untuk pengukurannya dan jumlah skor akan dibagi tiga kategori yaitu kategori kurang, sedang dan bagus. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) Desain kemasan ikan asin khas Banyusangkah yang diharapkan konsumen adalah berbahan aluminium foil, berbentuk kotak persegi panjang, berwarna hitam dan gelap, berukuran sedang (250 g – 500 g) dan terdapat perpaduan gambar produk dan manfaat produk. (2) 82% konsumen setuju terhadap komponen visual yang terdapat pada kemasan ikan asin khas Banyusangkah dan komponen visual yang termasuk kategori bagus adalah yaitu bentuk, bahan, ukuran dan logo kemasan. 70% konsumen setuju terhadap komponen verbal yang tercantum pada kemasan ikan asin khas Banyusangkah dan komponen verbal yang termasuk kategori bagus yaitu nama brand, nama produk, tanggal kadaluarsa, klaim halal, PIRT dan tanggal produksi. Serta 100% konsumen menyatakan setuju terhadap komponen fitur yang terdapat pada kemasan ikan asin khas Banyusangkah yaitu kemasan ergonomis, simpel dan elegan.

Kata kunci: Kemasan, Komponen Visual, Komponen Verbal

Silka Amaliya Farha. NIM150321100086. *Consumer Assessment of the Packaing Design of special Salted Fish in Banyusangkah, Tanjung Bumi Madura District. Supervised by Dr. Fuad Hasan, SP., MP.*

ABSTRACT

Processing fish into salted fish is a big business opportunity for fishermen because it can be an additional income. Banyusangkah's specialty salted fish products still do not have proper packaging, so it has not been able to compete with other processed fish products. This resarch aims to (1) analyze the packaging of special salted fish of Banyusangkah expencted by consumers, (2) to find out consumer ratings of the attributes of packaging of special salted fish of Banyusangkah Madura. This research uses descriptive statistical methods with packaging indicators that will be examined are material, shape, color, size and packaging design. Based on the first objective, the researcher used three components of packaging attributes, that is: visual, verbal and feature components. Whereas the second objective uses the litkert scale for measurement and the number of scores will be divided into three categories, that is the less, medium and good categories. The results of this resarch are (1) The packaging design special salted fish of Banyusangkah consumers expect is namely aluminum foil-shaped packaging, square-shaped square box, black and dark, medium size (250 g - 500 g) and there is a combination of product images and product benefits. (2) 82% of consumers agree to the visual components found in packaging of Banyusangkah's salted fish and visual components including good categories are namely the shape, material, size and logo of the packaging. 70% of consumers agree to the visual components found in packaging of Banyusangkah's salted fish and visual components including good categories are brand name, product name, expiration date, halal claim, PIRT and date of production. 100% of consumers agree to the feature components found in packaging of Banyusangkah's salted fish and feature components including good categories are ergonomic, simple and elegant.

Keywords: Packaging, Visual Components, Verbal Components

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILM	iv
BIODATA PENULIS	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	4
2.1.1 Bauran Pemasaran	4
2.1.2 Kemasan dan Atribut Kemasan	4
2.1.3 Perilaku Konsumen	7
2.1.4 Persepsi terhadap Kemasan.....	8
2.1.5 Produk Atribut Produk	9
2.2 Penelitian Terdahulu	10
2.2.1 Kemasan yang Diharapkan Oleh Konsumen	10
2.2.2 Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Kemasan.....	11
2.3 Kerangka Pemikiran	13
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian.....	16
3.2 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.2.1 Jenis Data.....	16
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.3 Metode Penentuan Responden.....	17
3.4 Metode Analisis Data.....	18
3.4.1 Kemasan Ikan Asin yang Diharapkan Oleh Konsumen .	19
3.4.2 Penilaian Konsumen terhadap Atribut Kemasan.....	19
3.4.3 Instrumen Penelitian (Kuisisioner)	20
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	
4.1 Kondisi Umum Usaha Ikan Asin Di Banyuwangkah	24
4.2 Kondisi Umum Lokasi Penelitian	24
4.1.1 Letak Geografis	24

4.1.2 Kependudukan	25
4.1.3 Pendidikan	26
4.3 Karakteristik Responden.....	26
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	26
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	27
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	27
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Range</i> Tingkat Pendapatan Perbulan	28
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	29
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Kemasan yang Diharapkan Konsumen untuk Kemasan Ikan Asin Khas Banyusangkah.....	30
5.1.1 Bahan Kemasan Yang Diharapkan Oleh Konsumen	31
5.1.2 Bentuk Kemasan Yang Diharapkan Oleh Konsumen	32
5.1.3 Warna Kemasan Yang Diharapkan Oleh Konsumen	33
5.1.4 Ukuran dan Desain Kemasan Yang Diharapkan Oleh Konsumen	35
5.2 Penilaian Konsumen terhadap Atribut Kemasan Ikan Asin Khas Banyusangkah Madura	38
5.2.1 Penilaian Konsumen terhadap Komponen Visual	38
5.2.2 Penilaian Konsumen terhadap Komponen Verbal.....	43
5.2.3 Penilaian Konsumen terhadap Komponen Fitur	51
BAB VI PENUTUP	54
6.1 Simpulan	54
6.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Rentan Nilai Estimasi Populasi Menurut Lemeshow	18
Tabel 3. 2	Skor Penilaian Penelitian.....	20
Tabel 3. 3	Kategori Pernilaian Atribut Kemasan Ikan Asin untuk Butir Pertanyaan	21
Tabel 3. 4	Kategori Pernilaian Atribut Kemasan Ikan Asin untuk Setiap Komponen	22
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	27
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	27
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Range</i> Tingkat Pendapatan Perbulan	28
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	29
Tabel 5. 1	Penilaian Konsumen terhadap Kemasan Ikan Asin untuk Komponen Visual.....	39
Tabel 5. 2	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Kemasan Cerah	40
Tabel 5. 3	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Ukuran Kemasan	41
Tabel 5. 4	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Bahan Kemasan.....	41
Tabel 5. 5	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Bentuk Kemasan.....	42
Tabel 5. 6	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Logo Kemasan	43
Tabel 5. 7	Penilaian Konsumen terhadap Kemasan Ikan Asin untuk Komponen Verbal	44
Tabel 5. 8	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Nama Brand	45
Tabel 5. 9	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Nama Produk	46
Tabel 5. 10	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Nama Produsen	46
Tabel 5. 11	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Tanggal Kadaluarsa....	47
Tabel 5. 12	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Klaim Halal	48
Tabel 5. 13	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Klaim Nutrisi	48
Tabel 5. 14	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Klaim BPOM.....	49
Tabel 5. 15	Penilaian Konsumen terhadap Atribut PIRT	50
Tabel 5. 16	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Tanggal Produksi	50
Tabel 5. 17	Penilaian Konsumen terhadap Kemasan Ikan Asin untuk Komponen Fitur	51
Tabel 5. 18	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Kemasan Ergonomis...	52
Tabel 5. 19	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Kemasan Simpel.....	53
Tabel 5. 20	Penilaian Konsumen terhadap Atribut Kemasan Elegan.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1	Peta Kota Surabaya	25
Gambar 5. 1	Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Bahan Kemasan ..	31
Gambar 5. 2	Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Bentuk Kemasan...	32
Gambar 5. 3	Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Warna Kemasan Ikan Asin	33
Gambar 5. 4	Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Warna Desain Kemasan.....	34
Gambar 5. 5	Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Bayangan Warna Kemasan.....	35
Gambar 5. 6	Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Ukuran Kemasan ..	36
Gambar 5. 7	Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Desain Kemasan...	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuisisioner Penelitian.....	57
Lampiran 2.	Uji Reliabel.....	60
Lampiran 3.	Uji Validitas	60
Lampiran 4.	Data Responden.....	61
Lampiran 5.	Komponen Visual	62
Lampiran 6.	Komponen Verbal.....	63
Lampiran 7.	Komponen Fitur	64
Lampiran 8.	Skala Litket	65
Lampiran 9.	Dokumentasi.....	68