

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemasan memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan produk. Disamping berfungsi sebagai pelindung produk, kemasan juga memiliki peran sebagai sarana promosi dan pembentuk citra merek yang positif di mata konsumen. Kemasan yang menarik dan praktis dapat membuat produk lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen serta meningkatkan kemudahan dalam menggunakan dan membawa produk (Shafana, 2022). Fungsi primer dari kemasan adalah untuk menjaga kualitas produk agar tetap terjaga (Erlyana, 2018). Perusahaan perlu memperhatikan desain kemasan yang baik untuk meningkatkan penjualan produk dan membangun ekuitas merek yang kuat di pasar (Rahastine, 2018).

Kemasan adalah elemen penting dalam pemasaran produk karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kemasan yang menarik dan berbeda dari produk sejenis dapat membuat produk lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen, sehingga meningkatkan nilai jual produk. Selain fungsi utamanya untuk menjaga kualitas produk, kemasan juga memiliki peran ganda sebagai sarana promosi dan membangun citra merek yang positif di mata konsumen. Studi oleh (Hasanah, 2021) menunjukkan bahwa kemasan produk makanan yang menarik secara visual dapat meningkatkan minat pembelian konsumen. Selain itu, kemasan yang praktis dan mudah dibawa juga dapat meningkatkan kemudahan konsumen dalam menggunakan dan membawa produk. Dalam studi yang dilakukan oleh (Jauhari & Lubis, 2020) ditemukan bahwa kemasan yang menarik dan fungsional memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penting bagi produsen untuk merancang kemasan dengan desain yang menarik secara visual dan memenuhi kebutuhan fungsional produk agar dapat meningkatkan minat dan keyakinan konsumen dalam memilih produk tersebut. perusahaan perlu memperhatikan desain kemasan yang baik agar dapat meningkatkan penjualan produk dan membangun ekuitas merek yang kuat di pasar.

UD. Sari Laut adalah salah satu UMKM di Socah, Bangkalan yang memproduksi keripik teripang. Teripang biasanya banyak dijadikan sebagai bahan dasar dalam pembuatan produk keripik karena rasanya yang gurih.

Proses pembuatan produk keripik teripang antara lain diawali dengan pembersihan isi perut, pencucian, perebusan, pendinginan, penjemuran, selanjutnya disangrai menggunakan pasir bersih dan yang terakhir digoreng menggunakan minyak. Permasalahan kemasan keripik teripang pada saat ini yaitu terkait penampilan daya tarik visual serta daya tarik fungsional yang mengakibatkan berkurangnya minat konsumen di pasaran (Anarghya *et al*, 2021) Berdasarkan hasil pengamatan terhadap beberapa produk pesaing dari UD. Sari Laut, perlu dilakukan perbaikan pada kemasan keripik teripang produk tersebut karena dianggap kurang menarik dari segi visual. Hal ini disebabkan karena kemasan tersebut tidak memiliki label dan atribut penting, seperti penggunaan label sebagai identitas produk, serta gambar dan warna yang menarik. Oleh karena itu, UD. Sari Laut perlu memahami atribut kemasan yang diinginkan oleh konsumen, dan kemudian mengembangkan atribut tersebut sebagai konsep alternatif untuk desain kemasan baru produk tersebut, agar dapat menarik minat konsumen. Kemasan awal keripik teripang UD. Sari Laut menggunakan bahan kemasan plastik *Polypropylene* (PP), bentuk *pillow*, tetapi tidak memiliki atribut kemudahan, label dan gambar kemasan.

Polypropylene (PP) merupakan bahan polimer termoplastik yang dibuat oleh industri polimer dan digunakan dalam berbagai aplikasi baik sebagai serat maupun plastik. PP merupakan polimer yang ringan karena memiliki densitas sebesar 0,90-0,92 g/cm³, memiliki kekerasan dan kerapuhan paling tinggi serta bersifat kurang stabil terhadap panas (Khavilla *et al*, 2019). Kemasan plastik memiliki beberapa keunggulan, bentuknya yang fleksibel sehingga mudah mengikuti bentuk pangan yang dikemas; berbobot ringan; tidak mudah pecah; bersifat transparan/tembus pandang, mudah diberi label dan dibuat dalam aneka warna, dapat diproduksi secara massal, harga relative murah dan terdapat berbagai jenis pilihan bahan dasar plastik. Walaupun plastik memiliki banyak keunggulan, terdapat pula kelemahan plastik bila digunakan sebagai kemasan pangan, yaitu jenis tertentu (misalnya PE, PP, PVC) tidak tahan panas, berpotensi melepaskan bahan kimia berbahaya yang berasal dari sisa monomer dari polimer dan plastik merupakan bahan yang sulit terbiodegradasi sehingga dapat mencemari lingkungan (Santhi, 2016).

Salah satu jenis kemasan plastik yang banyak digunakan saat ini adalah kemasan plastik polipropilen standing pouch karena menarik untuk dijadikan kemasan produk padat/kering maupun produk berbentuk cair. Kemasan jenis

standing pouch dianggap sebagai salah satu jenis kemasan yang higienis karena tertutup rapat dan tidak ada celah untuk masuknya benda atau cairan. Selain itu plastik *standing pouch* juga memiliki kelebihan dari sisi desainnya yang cantik dan mudah untuk dikustomisasi (mudah disesuaikan dengan kebutuhan) serta ukurannya yang relatif lebih lebar dan posisinya yang bisa berdiri membuat desain tersebut mudah dilihat (Istini, 2020). Kemasan *standing pouch* dapat menghemat biaya pengiriman karena kemasan *standing pouch* jauh lebih ringan daripada botol dan toples. Ini memungkinkan pengiriman lebih banyak produk, dan juga menghemat tempat. Kemasan *standing pouch* juga bermanfaat sebagai media promosi yang menjanjikan karena kemasan berdiri membuat para konsumen mudah menemukan produk saat mereka melihat rak display. Kemasan *standing pouch* berguna dalam memperpanjang usia atau masa tahan produk supaya lebih awet, dengan menggunakan zipper atau klip yang memungkinkan konsumen untuk menutup kembali kemasan dengan rapat. Jenis kemasan ini juga memungkinkan perlindungan produk yang baik karena bahannya yang kuat, kedap air dan sulit beraksi secara kimiawi dengan produk yang dikemas (Mafruh, 2023).

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *value engineering* yang terdiri dari 5 tahapan yakni tahap informasi, tahap kreatif, tahap analisis, tahap pengembangan dan tahap rekomendasi (Pujiyanto *et al*, 2016). Tujuan penelitian ini yaitu untuk menentukan kemasan berdasarkan *value* tertinggi. Kelebihan dari metode *value engineering*, adalah dapat mengendalikan biaya dengan cara menganalisis nilai (*value*) terhadap fungsinya tanpa menghilangkan kualitas yang diinginkan (Thew, 2018) Kontribusi penelitian ini terletak pada pengembangan kemasan UMKM secara sistematis dan terstruktur agar memiliki nilai (*value*) terbaik (Amaliah, 2022).

Value engineering adalah metode yang digunakan untuk mengoptimalkan nilai produk dengan mengurangi biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas produk. Dalam hal kemasan, metode *value engineering* dapat membantu perusahaan untuk merancang kemasan yang efisien dan fungsional dengan biaya yang lebih rendah. Selain itu, dengan menggunakan metode ini, perusahaan dapat mempertimbangkan faktor-faktor yang berdampak pada keputusan pembelian konsumen, seperti kualitas dan tampilan kemasan, serta kemudahan penggunaan dan pengangkutan produk. Penelitian oleh Amri *et al*, (2021) menunjukkan bahwa penggunaan metode *value engineering* dalam

merancang kemasan produk makanan dapat menghasilkan kemasan yang lebih efisien, fungsional, dan menarik bagi konsumen dengan biaya yang lebih rendah. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang menggunakan metode *value engineering* pada desain kemasan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan penjualan produk. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan metode *value engineering* dalam desain kemasan dapat membantu perusahaan untuk merancang kemasan yang lebih efisien, fungsional, menarik, dan dengan biaya yang lebih murah, hal ini berpotensi meningkatkan kepuasan konsumen, efisiensi produksi, dan memperkuat posisi merek di pasar (Amri *et al*, 2021).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

1. Apa atribut terpenting dalam desain kemasan keripik teripang dengan metode *value engineering* ?
2. Apa alternatif terbaik yang dapat dipilih untuk desain kemasan produk keripik teripang ?
3. Bagaimana pengusulan profil atribut kemasan keripik teripang yang dapat diusulkan untuk UD. Sari Laut?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Memperoleh atribut terpenting dalam pemilihan desain kemasan keripik teripang dengan menggunakan metode *value engineering*.
2. Memperoleh alternatif terbaik dalam memilih desain kemasan keripik teripang.
3. Memperoleh rekomendasi usulan profil atribut kemasan keripik teripang untuk UD. Sari Laut.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Meningkatkan daya tarik produk keripik teripang UD. Sari Laut.
2. Berpotensi meningkatkan penjualan dan meraih segmen pasar yang lebih baik.