

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal dengan Negara yang kaya dan unik. Kaya akan suku, bahasa, budaya, adat istiadat, pariwisata dan makanan yang beragam yang terbentang dari Sabang sampai Merauke. Hal yang paling menarik dan paling diminati para wisatawan baik asing maupun mancanegara yang berkunjung ke suatu daerah selain wisata alam yaitu wisata kuliner. Kelebihan dari kuliner Indonesia yaitu terbuat dari bahan-bahan yang masih alami, pengolahan yang masih dengan cara tradisional dan pengemasan yang unik dan kebanyakan masih menerapkan budaya kemasan alami (*green packaging*) seperti daun pisang, bambu, daun kayu jati, daun alas, daun kelapa, rotan, pandan dan bahan-bahan alam lainnya.

Budaya kemasan sebenarnya telah dimulai sejak manusia mengenal sistem penyimpanan bahan makanan. Sistem penyimpanan bahan makanan secara tradisional diawali dengan memasukkan bahan makanan ke dalam suatu wadah yang ditemuinya. Pada awalnya kemasan masih terkesan seadanya dan lebih berfungsi untuk melindungi makanan atau barang terhadap pengaruh cuaca atau proses alam lainnya yang dapat merusaknya. Selain itu, kemasan juga berfungsi sebagai wadah agar barang mudah dibawa selama dalam perjalanan. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin kompleks, barulah terjadi penambahan nilai-nilai fungsional dan peranan kemasan dalam pemasaran mulai diakui sebagai satu kekuatan utama dalam persaingan pasar (Noviadji, 2014).

Bahan kemasan alami ditinjau dari segi keberadaannya, masih banyak terdapat di daerah-daerah di Indonesia dengan harga yang relatif murah, lagi pula tidak memberikan dampak yang negatif terhadap pencemaran lingkungan (ramah lingkungan), malah sebaliknya bahan kemasan ini dapat terurai oleh bakteri secara alamiah. Akan tetapi bilamana tidak segera ditangani, maka limbah bahan kemas alami ini dapat pula memberikan dampak negatif yaitu menimbulkan pencemaran,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aroma yang dihasilkan dari proses penguraian tersebut dapat menghasilkan bau yang tidak sedap (Noviadji, 2014).

Gaya hidup modern dan kemajuan teknologi telah mendorong keinginan setiap individu untuk lebih praktis, higienis dan ekonomis dalam segala hal termasuk dalam pembungkusan makanan. Kemajuan teknologi dalam segi pembungkusan makanan dapat terlihat dari banyaknya produk-produk, makanan dan minuman yang dibungkus dengan menggunakan kaleng, plastik, kertas dan *Styrofoam*. Kemasan-kemasan tersebut sangat berdampak buruk terhadap lingkungan jika tidak diolah lagi atau digunakan ulang (*reuse*) karena tidak mudah diuraikan oleh bakteri pengurai dan membutuhkan waktu ribuan bahkan jutaan tahun untuk terurai. Selain susah terurai, penggunaan kemasan tersebut juga menyebabkan banyaknya sampah dan penumpukan sampah dimana-mana yang menjadi salah satu penyebab bencana seperti banjir dan longsor yang disebabkan oleh ulah dan perilaku dari manusianya sendiri.

Pengaplikasian dari berbagai bentuk kemasan makanan dapat dijumpai pada kemasan makanan tradisional dan makanan khas daerah seperti keripik nenas dan lopek bugi. Kedua makanan tersebut merupakan potensi daerah masyarakat Kampar, Riau yang semakin berkembang. Makanan olahan khas masyarakat tersebut biasanya dijadikan oleh-oleh, baik untuk konsumsi sendiri maupun konsumsi publik. Keripik nenas merupakan bentuk lain dari pemanfaatan dan pemasaran buah nenas hasil pertanian masyarakat Kampar. Pemasaran keripik nenas banyak di jumpai di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang, Kampar Riau. Keripik nenas dijual dengan harga mulai dari Rp 130.000,00 per kilogram. Rata-rata penjualan keripik nenas dalam satu hari sebanyak 1-2 kilogram, sehingga dalam satu bulan penjualan keripik nenas sebanyak 60-80 kg.



Gambar 1.1 Keripik Nenas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain keripik nenas, oleh-oleh khas Kampar lainnya yang juga tidak kalah penting yaitu lopek bugi. Pemasaran lopek bugi dapat dijumpai di Desa Danau Bingkuang kawasan jalanraya Pekanbaru-Bangkinang KM 30, Kampar. Lopek bugi dijual dengan harga Rp 10.000,00 per kotak dengan isi sebanyak 9 buah. Penjualan lopek bugi dalam satu bulan berkisar antara 800-900 kotak. Isi dari kemasan lopek bugi tergantung pada permintaan pembeli. Ada isinya yang putih saja, hitam saja dan campur antara hitam dan putih. Kios-kios lopek bugi tersebut menggunakan kotak plastik sebagai pembungkus. Setelah isinya diambil, tentunya kemasan plastik tersebut dibuang dan akhirnya menjadi sampah.

Tabel 1.1 Penjualan Lopek Bugi Arjuna Tahun 2016

Bulan	Volume (Kotak)	Harga Satuan	Nilai Penjualan	Keterangan
Januari	1200	Rp 10,000.00	Rp 12,000,000.00	Target Tahun Baru Naik
Februari	900	Rp 10,000.00	Rp 9,000,000.00	Stabil
Maret	900	Rp 10,000.00	Rp 9,000,000.00	Stabil
April	900	Rp 10,000.00	Rp 9,000,000.00	Stabil
Mei	800	Rp 10,000.00	Rp 8,000,000.00	Turun
Juni	1500	Rp 10,000.00	Rp 15,000,000.00	Target Lebaran Naik
Juli	900	Rp 10,000.00	Rp 9,000,000.00	Stabil
Agustus	900	Rp 10,000.00	Rp 9,000,000.00	Stabil
September	900	Rp 10,000.00	Rp 9,000,000.00	Stabil
Oktober	900	Rp 10,000.00	Rp 9,000,000.00	Stabil
November	800	Rp 10,000.00	Rp 8,000,000.00	Turun
Desember	1500	Rp 10,000.00	Rp 15,000,000.00	Target Naik
Total	12100		Rp121,000,000.00	

(Sumber: Lopek Bugi Arjuna, 2017)

Pada Tabel 1.1 diatas dapat terlihat bahwa besarnya permintaan konsumen terhadap lopek bugi terjadi pada bulan-bulan tertentu seperti tahun baru dan lebaran. Kenaikan penjualan pada bulan tersebut berkisar antara 60% hingga 70%. Hal tersebut disebabkan karena konsumen cenderung menjadikan lopek bugi sebagai oleh-oleh yang dibawa pada saat musim liburan. Sedangkan pada bulan-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bulan lainnya permintaan dari konsumen cenderung stabil dengan penjualan sebanyak 800-900 kotak.

Namun, banyaknya permintaan konsumen terhadap makanan tersebut tidak didukung oleh pengembangan kemasan yang lebih baik seperti adanya logo atau merek dagang yang menjadi media informasi bagi konsumen. Baik itu berupa nama toko, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, bahan-bahan, cara pembuatan dan informasi lainnya. Selain logo, bentuk kemasan yang biasa dan sama pada semua kios tidak menunjukkan perbedaan antar kios meskipun dari sisi rasa lopek buginya ada perbedaan seperti adanya rasa jagung, rasa durian dan rasa gula merah.



Gambar 1.2 Lopek Bugi

Gambar 1.1 merupakan lopek bugi khas masyarakat Kampar. *Lopek* berarti lepat dan *bugi* artinya ketan. Sehingga lopek bugi berarti lepat yang terbuat dari bahan dasar ketan. Istilah bugi diambil karena cara pembuatan lopek bugi pada zaman dulu kala dengan menumpuk beras ketan dengan lesung hingga halus, setelah itu barulah dijadikan adonan. Orang zaman dulu menyebut beras ketan yang ditumbuk dengan lesung dengan istilah bugi. Berikut bentuk dari lopek bugi (Lancang Kuning, 2016). Dahulunya lopek bugi hanya disajikan pada acara kenduri, syukuran keluarga, rapat pemerintahan, acara peringatan-peringatan tertentu dan perayaan hari besar Islam. Namun seiring berjalannya waktu, kini lopek bugi sudah mulai dikomersilkan dan dijadikan sebagai oleh-oleh khas Riau.

Berikut kemasan Lopek bugi yang tersedia di desa Kampar.



Gambar 1.3 Kemasan Lopek Bugi

Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang telah dilakukan dengan 4 orang pemilik kios lopek bugi, maka di dapatkan kelebihan dan kekurangan dari kemasan yang sudah ada pada saat ini yaitu:

Tabel 1.2 Kelebihan dan Kekurangan Kemasan Lopek Bugi

Subjek	Kelebihan	Kekurangan
Penjual	Mudah didapat	Mudah rusak jika tertimpa sehingga dapat merusak isi
	Lebih ekonomis karena harga kemasan yang murah	Terdapat endapan embun dari penguapan panas lopek bugi akibatnya produk lembab
	Mudah digunakan	
	Tersedia dalam berbagai ukuran	
	Setelah isinya diambil, kemasan bisa langsung dibuang	
Konsumen	Harga kemasan yang murah	Mudah rusak dan penyok
	Proses membungkus lebih mudah	kemasan tidak dapat terbungkus rapat lagi jika sudah dibuka
	Tidak membutuhkan tempat yang besar untuk penyimpanan kemasan karena dapat digabungkan	Air endapan dapat keluar dari celah tepi kemasan sehingga dapat mengenai barang disekitarnya
	Tersedia banyak dipasaran dengan berbagai ukuran	Tidak adanya merek atau logo yang menjadi informasi produk bagi konsumen
		Isi kemasan mudah terkena paparan sinar matahari
		Tidak dapat didaur ulang dan susah terurai dengan tanah
		Tidak menarik karena terlalu polos

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, dapat terlihat bahwa terdapat kelebihan dan kekurangan kemasan lopek bugi yang ada pada saat sekarang. Adapun kelebihan kemasan yang ada pada saat sekarang yaitu mudah didapat, harga lebih murah, mudah digunakan dan mudah dalam penyimpanan. Namun masih banyak kekurangan-kekurangan yang ada pada kemasan tersebut seperti tidak adanya merek atau logo sebagai informasi bagi konsumen, kemasan mudah rusak dan dapat merusak isi, adanya embun hasil penguapan panas, air endapan mudah keluar dari celah tepi kemasan, kemasan tidak rapat, mudah terkena paparan sinar matahari dan kemasan tidak dapat didaur ulang. Sementara kemasan yang baik harus memenuhi beberapa persyaratan diantaranya bahan kemasan harus memiliki sifat sebagai berikut (Mareta, 2011):

1. Permeabel terhadap udara (oksigen dan gas lainnya).
2. Bersifat non-toksik dan *inert* (tidak bereaksi dan menyebabkan reaksi kimia) sehingga dapat mempertahankan warna, aroma dan cita rasa produk yang dikemas.
3. Kedap air (mampu menahan air atau kelembaban udara sekitarnya).
4. Kuat dan tidak mudah bocor.
5. Relatif tahan terhadap panas.
6. Mudah dikerjakan secara massal dan harganya relatif murah.

Permasalahan yang ada pada kemasan tersebut dapat diselesaikan dengan melakukan desain ulang kemasan. Proses desain ulang kemasan yang sesuai dengan keinginan pembeli (Konsumen) dapat menggunakan metode *kansei engineering*. *Kansei Engineering* adalah suatu metode yang dapat menerjemahkan keinginan dan perasaan konsumen ke dalam suatu desain produk. Tujuan diterapkannya metode *kansei* dalam perancangan produk adalah untuk menciptakan produk yang benar-benar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen, bukan keinginan dari para desainer atau pembuat produk, sehingga produk laku terjual dan mendatangkan keuntungan (Wicaksono, 2015).

Kansei Engineering merupakan sensibilitas atau tanggapan emosional dari konsumen terhadap produk yang didesain. Emosi yang dimaksud tidak hanya dari segi pikiran, namun juga meliputi penglihatan, pendengaran, perasaan, bau, rasa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

serta kognisi akan terlibat secara simultan (Mu'alim, 2014). Dengan adanya desain kemasan baru yang lebih berwarna, lebih menarik, lebih komunikatif dan lebih unik akan mampu menarik perhatian dari konsumen dan memenuhi sisi emosi dari konsumen.

Produk yang diinginkan konsumen lebih cenderung kepada sesuatu yang unik, menarik dan tidak berdampak buruk, baik terhadap kesehatan maupun lingkungan. Perancangan produk maupun desain ulang produk dapat menggunakan konsep *eco design*. *Eco design* dapat ditinjau dari segi pemilihan material (bahan baku), produksi dan distribusi. Menurut Tahid, 2007, strategi *Eco Design* harus digunakan dalam setiap pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang sudah ada, termasuk desainer harus menerapkan kriteria lingkungan dan memikirkan efek lingkungan seminimal mungkin pada keseluruhan usia produksinya. Adapun aturan-aturan dalam *Eco Design* di antaranya:

1. Konservasi dan efisiensi dalam penggunaan sumber-sumber dari alam.
2. Mengurangi emisi dari rumah kaca, *noise* dan sebagainya.
3. Mengurangi limbah, baik limbah pabrik dan limbah produk yang sudah habis usia produknya (*end of lifetime*).
4. Melarang atau meminimalisasi penggunaan bahan-bahan kimia yang berbahaya.
5. Mengurangi konsumsi energi yang berlebihan.

Eco design bertujuan untuk mengurangi efek-efek buruk terhadap lingkungan melalui kesadaran tentang pentingnya pemikiran *life cycle* produk, sama pentingnya dengan efisiensi dan utilitas produk. *Ecodesign* mengaplikasikan setiap tahapan dalam usia produk (*product's life*), termasuk ekstraksi material mentah, produksi, pengemasan, distribusi, penggunaan, *recovery* produk, daur ulang dan sebagainya (Tahid, 2007).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka didapatkan rumusan masalah yaitu bagaimana merancang ulang (*redesain*) kemasan lopek bugi berdasarkan persepsi konsumen dengan pendekatan *eco design* dan menggunakan metode *Kansei Engineering*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan yaitu untuk mengembangkan dan mendesain ulang kemasan lopek bugi berdasarkan persepsi konsumen dengan pendekatan *eco design* dan menggunakan metode *Kansei Engineering*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka hendaknya manfaat dapat dirasakan oleh kedua belah pihak yaitu mahasiswa yang melakukan penelitian dan tempat penelitian yang bersangkutan.

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Peneliti dapat menerapkan ilmu teknik industri yang didapatkan selama perkuliahan dan memberikan pengalaman mengenai pengembangan dan desain ulang kemasan lopek bugi dengan menggunakan metode *Kansei Engineering* namun dengan tetap menerapkan konsep *eco design*.
2. Bagi tempat penelitian dapat menarik perhatian pembeli dengan menggunakan kemasan yang unik dan berbeda dari yang lainnya sehingga berdampak pada peningkatan omset dan keuntungan.

1.5 Batasan Masalah

Adapun yang menjadi batasan-batasan dalam penelitian yaitu:

1. Waktu penelitian yaitu dari bulan Januari 2017 – Mei 2017.
2. Objek yang dijadikan sampel penelitian yaitu kios lopek bugi Arjuna.
3. *Software* yang digunakan yaitu SPSS 16 dan Adobe Photoshop CS3.
4. Konsep *eco design* yang diteliti hanya pada material (bahan baku) kemasan.

1.6 Posisi Penelitian

Penelitian mengenai perancangan juga pernah dilakukan sebelumnya oleh beberapa orang peneliti. Agar dalam penelitian ini tidak terjadi penyimpangan dan penyalinan maka perlu ditampilkan posisi penelitian, berikut adalah tampilan posisi penelitian.

Tabel 1.3 Posisi Penelitian Tugas Akhir

No	Nama	Judul Jurnal	Metode yang Digunakan	Tujuan
1	Mu'alim dan Rachmad Hidayat	Re-Desain Kemasan dengan Metode <i>Kansei Engineering</i>	<i>Kansei Engineering</i>	Kemasan Kacang Kedelai
2	Mochammad Rofieq, Samsudin Hariyanto dan Ni Made Wiati	Penerapan Metode <i>Kansei Engineering</i> guna Mengidentifikasi Atribut Desain dalam Perancangan Souvenir Khas Malang	<i>Kansei Engineering</i>	Souvenir Khas Malang
3	Mei Haryono dan Choirul Bariyah	Perancangan Konsep Produk Alas Kaki dengan Menggunakan Integrasi Metode <i>Kansei Engineering</i> dan Model Kano	<i>Kansei Engineering</i> dan Model Kano	Alas Kaki (Sandal Pria)
4	Marisa Silvani	Desain Ulang (<i>Redesign</i>) Kemasan Lopek Bugi berdasarkan Persepsi Konsumen dengan Pendekatan <i>eco design</i> dan Menggunakan Metode <i>Kansei Engineering</i>	<i>Kansei Engineering</i>	Kemasan Lopek Bugi

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian Tugas Akhir dengan judul **“Desain Ulang (*Redesign*) Kemasan Lopek Bugi Berdasarkan Persepsi Konsumen dengan Pendekatan *Eco Design* dan Menggunakan Metode *Kansei Engineering*”** dapat dilihat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, posisi penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori-teori yang mendukung permasalahan, sehingga peneliti memiliki dasar dalam melakukan penelitian dan dapat menyelesaikan masalah yang dibahas.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan dan menggambarkan langkah-langkah yang akan dilakukan pada penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini, dijabarkan semua data-data yang diperlukan dalam penelitian, baik itu data primer maupun data sekunder.

BAB V ANALISA

Bab ini memuat pembahasan terhadap hasil pengumpulan dan pengolahan data.

BAB VI PENUTUP

Menguraikan tentang kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian dan pembahasan serta mencoba memberikan saran-saran sebagai langkah untuk menyelesaikan masalah yang ada.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.