

PENGEMBANGAN KEMASAN BAKSO *TAKE AWAY*

SKRIPSI



Oleh:
Nurul Hidayah Daulay
190410056

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

PENGEMBANGAN KEMASAN BAKSO *TAKE AWAY*

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:
Nurul Hidayah Daulay
190410056**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nurul Hidayah Daulay

NPM : 190410056

Fakultas : Teknik dan Komputer

Program Studi : Teknik Industri

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGEMBANGAN KEMASAN BAKSO TAKE AWAY

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 31 Januari 2023



Nurul Hidayah Daulay
190410056

PENGEMBANGAN KEMASAN BAKSO *TAKE AWAY*

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

Oleh:

Nurul Hidayah Daulay

190410056

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini:**

Batam, 31 Januari 2023



**Nofriani Fajrah, S.T., M.T.
Pembimbing**

ABSTRAK

Desain kemasan yang tidak inovatif dan tidak kreatif, desain terkesan sederhana sehingga ketika dipasarkan konsumen masih belum bisa mengenali produk yang dipasarkan. Selain kemasan kurang menarik, kemasan juga mudah rusak, menyulitkan konsumen saat ingin membawa bakso pulang ketika dalam perjalanan. Kemasan plastik yang digunakan saat ini kurang mampu melindungi produk, kurang mampu melindungi dari uap panas dan kemasan yang berbentuk mangkok yang menggunakan *heat sealer* juga membuat produk mudah tumpah karena penutup dari kemasan tidak terkunci dengan rapat, sehingga konsumen tidak dapat menikmati bakso. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengembangkan kemasan bakso sesuai dengan kriteria desain kemasan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Quality Function Deployment (QFD)* berdasarkan data *VOC* yang diperoleh. Pemilihan sampel yaitu menggunakan teknik *simple random sampling* dengan metode rumus *Slovin*. Hasil dalam penelitian yang diperoleh yaitu terdapat 8 kriteria desain kemasan yang diinginkan konsumen. Kriteria desain kemasan yang memiliki prioritas paling tinggi adalah bentuk kemasan dan bahan dasar kemasan dengan nilai kepentingan 5 sedangkan kriteria desain kemasan yang memiliki prioritas paling rendah adalah *spacing* label area dengan nilai kepentingan 3. *Technical response* dengan prioritas paling tinggi adalah tersedia seal pada penutup kemasan dengan nilai *technical importance rating* 216, *absolute importance* 72 dan *relative importance* 10,23%. *Technical response* dengan prioritas paling rendah adalah tata letak label yang sesuai agar label produk mudah dilihat dengan nilai *technical importance rating* 72, *absolute importance* 24 dan *relative importance* 3,41%.

Kata Kunci: Desain Kemasan, Kemasan Bakso, *Mock-Up*, *QFD*

ABSTRACT

Packaging designs that are not innovative and not creative, the design seems simple so that when it is marketed, consumers still cannot recognize the product being marketed. In addition to the unattractive packaging, the packaging is also easily damaged, making it difficult for consumers to bring meatballs when they are going. The plastic packaging used today is less able to protect the product, less able to protect it from hot steam and packaging in the form of a bowl or bowl that uses a heat sealer also makes the product easy to spill because the lid on the packaging is not tightly locked, so consumers cannot enjoy the meatballs. The purpose of this research is to develop meatball packaging according to the packaging design criteria desired and needed by consumers. The method used in this study is the Quality Function Deployment method based on the obtained VOC data. The sample selection is using simple random sampling technique with the Slovin formula method. The results obtained in the research are that there are 8 packaging design criteria that consumers want. The packaging design criteria that have the highest priority are the shape of the packaging and the basic materials of the packaging with an importance value of 5, while the packaging design criteria that have the lowest priority are the spacing label area with an importance value of 3. The technical response with the highest priority is the availability of a seal on the packaging cover with the technical importance rating is 216, the absolute importance is 72 and relative importance is 10.23%. The technical response with the lowest priority is the appropriate label layout so that the product label is easy to see with a technical importance rating of 72, absolute importance of 24 and relative importance of 3.41%.

Keywords: Meatball Packaging, Mock-Up, Packaging Design, QFD

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda,S.Kom.,M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Welly Sugianto,S.T.,M.M. selaku Dekan Fakultas Teknik dan Komputer Universitas Putera Batam;
3. Ibu Nofriani Fajrah,S.T.,M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam;
4. Ibu Nofriani Fajrah,S.T.,M.T. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam;
5. Ibu Elsyia Paskaria Loyda Tarigan,S.T.,M.Sc. selaku pembimbing akademik pada Program Studi Teknik Industri Universitas Putera
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Kedua orang tua, Bapak H.Darusman Daulay dan Ibu Hj.Enni Lubis dan kakak Rezki Adayani Daulay, Riska Adelina daulay, Endar Yunus Daulay, Ade Irma Suryani dan Anggi Hanipah Daulay yang selalu mendoakan dan mendukung agar diberikan kelancaran dalam proses penulisan skripsi ini;
8. Nur Farida Ruhfi dan Sonia Riska Wulandari sebagai teman baik yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam pengerjaan skripsi ini;
9. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Teknik Industri angkatan 2019 yang memberikan support baik dalam mengerjakan skripsi maupun dalam perkuliahan, semoga tetap kompak dan selalu menjaga silaturahmi;

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan dengan kerendahan hati penulis minta maaf serta mengharapkan adanya kritikan dan saran yang membangun dari pembaca. Penulis mengharapkan dengan penelitian ini dapat bermanfaat dan memperluas pengetahuan serta wawasan pembaca, khususnya teman-teman mahasiswa. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah-Nya, Aamiin.

Batam, 31 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nurul Hidayah Dauly', with a horizontal line underneath.

Nurul Hidayah Dauly

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.6.1 Manfaat Praktis	4
1.6.2 Manfaat Teoritis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Teori Dasar	6
2.1.1 Desain Kemasan	6
2.1.2 Fungsi Kemasan	7
2.1.3 Jenis-Jenis Kemasan	9
2.1.4 <i>Mock-Up</i>	10
2.1.5 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	11
2.1.6 Manfaat <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	13
2.1.7 Proses <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	15
2.1.8 Tahap-Tahap Implementasi <i>Quality Function Deployment</i>	16
2.1.9 <i>Voice Of Costumer (VOC)</i>	17
2.1.10 Matrik QFD (<i>The House Of Quality</i>)	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Variabel Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Teknik Analisa Data	26
3.5.1 Pemilihan Kriteria Desain Kemasan	26
3.5.2 <i>Voice Of Customer (VOC)</i>	27

3.5.3 <i>House Of Quality (HOQ)</i>	28
3.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Pengumpulan Data	32
4.1.1 Kriteria Terpilih	32
4.1.2 Hasil Data Survei <i>VOC</i>	32
4.2 Pengolahan Data.....	33
4.2.1 Melakukan Perhitungan Nilai <i>Mean</i> Kriteria Desain Kemasan.....	33
4.3 Analisis <i>House Of Quality (HOQ)</i>	34
4.3.1 Penentuan <i>Customer Requirements (CR)</i>	34
4.3.2 Penentuan <i>Technical Responses (TR)</i>	35
4.3.3 Penentuan <i>Relationships</i>	36
4.3.4 Penentuan Korelasi Antar <i>Technical Respons</i>	37
4.3.5 Prioritas <i>Technical Response</i>	39
4.3.6 Analisis Matriks Kompetitor.....	40
4.3.7 Analisis Target Teknis	42
4.4 Hasil Desain Kemasan Baru.....	45
4.4.1 Desain Kemasan 2D.....	45
4.4.2 Desain Kemasan 3D.....	46
4.5 Pembahasan.....	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53
Lampiran 1.Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pembentukan Matriks-Matriks	16
Gambar 2.2 <i>House of Quality (HOQ)</i>	18
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian.....	23
Gambar 3.1 Desain Penelitian	24
Gambar 3.2 Jadwal Penelitian	31
Gambar 4.1 Hubungan <i>Customer Requiirements</i> dan <i>Technical Respons</i>	37
Gambar 4.2 Korelasi Antar <i>Technical Responses</i>	38
Gambar 4.3 Prioritas <i>Technical Response</i>	40
Gambar 4.4 <i>Customer Competitive Assement</i>	41
Gambar 4.5 <i>Technical Competitive Assement</i>	42
Gambar 4.6 Target Teknis Kriteria Desain Kemasan.....	43
Gambar 4.7 Desain 2D <i>Body</i> Kemasan	45
Gambar 4.8 Desain 2D Tutup Kemasan	45
Gambar 4.9 Desain 3D <i>Body</i> Kemasan	46
Gambar 4.10 Desain 3D Tutup Kemasan.....	46
Gambar 4.11 Desain 3D Kemasan	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pemilihan Kriteria	26
Tabel 3.2 <i>Voice Of Customer (VOC)</i>	27
Tabel 3. 3 Simbol Matriks <i>Relationship</i>	28
Tabel 3.4 Matriks Korelasi	29
Tabel 4.1 Kriteria Desain Kemasan.....	32
Tabel 4.2 <i>Voice Of Customer</i> Desain Kemasan	32
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Mean Kriteria Desain Kemasan.....	33
Tabel 4.4 <i>Customer Requirements</i>	34
Tabel 4.5 <i>Customer Importance</i> dan <i>Relative Weight</i>	35
Tabel 4.6 <i>Technical Responses</i>	35

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 <i>Metode Slovin</i>	25
Rumus 3.2 <i>Absolute Importance</i>	30
Rumus 3.3 <i>Relative Importance</i>	30
Rumus 4.1 <i>Mean</i>	33
Rumus 4.2 <i>Relative Weight</i>	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia industri akhir-akhir ini sangat ketat, berkembangnya teknologi industri terutama pada revolusi industri 4.0 membuat pekerja industri mampu melakukan pengembangan jenis produk supaya mampu mengatasi dan berkompetisi di dunia industri. Sisi lain yang membuat persaingan bisnis ini ketat dalam usaha industri yang menjadikan sebagai bentuk perkembangannya adalah desain kemasan. Pengembangan desain kemasan sangat diperlukan untuk menghasilkan kualitas dari kemasan yang lebih variasi dan mencitrakan sebuah produk, produk yang dipasarkan memiliki kualitas produk dan kemasan menarik mampu bersaing dengan produk lain sesuai dengan kriteria produk yang unggul.

Produk-produk lain yang unggul memiliki kriteria sehingga membuat daya saing produk semakin bervariasi, entitas terhadap nilai produk, kualitas produksi, higienis, pemakaian kemasan dan kriteria *branding* dari kemasan (Prasetya et al., 2020). Cara meningkatkan kualitas kemasan yaitu dengan cara memperbaiki aspek yang kurang memuaskan bagi konsumen sehingga menjadi jawaban permasalahan untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan. Salah cara untuk menghadapi persaingan yaitu melakukan perbaikan kemasan dengan merubah resepsi konsumen sehingga bisa digunakan sebagai bahan promosi produk sehingga mampu menarik perhatian

konsumen dan melakukan pembelian sesuai dengan produk yang ditawarkan (Mahardika & Agustina, 2022).

Salah satu usaha bidang kuliner di Indonesia adalah bakso. Bakso merupakan makanan olahan daging giling dan dicampur dengan tepung serta bumbu-bumbu yang dihaluskan, dibentuk bulat kecil dan direbus hingga bakso tersebut matang. Nama jenis bakso tergantung dari jenis olahan daging seperti bakso ikan, bakso ayam, bakso udang dan lain-lain (Andrianto, 2017). Bakso sangat banyak diminati oleh masyarakat, baik dari kalangan anak-anak, dewasa hingga lanjut usia, sehingga bakso di zaman sekarang ini dapat ditemukan dimana-mana. Penjual bakso di Indonesia ini sudah beredar di setiap kota hingga pelosok desa, mulai dari penjual keliling, kaki lima sampai rumah makan atau restaurant mewah. Bakso bisa dinikmati di tempat penjual bakso dan bisa juga dibawa untuk pulang (*take away*) yang bisa dinikmati di rumah, kantor atau tempat lainnya. Kemasan bakso yang digunakan saat ini adalah kemasan dengan plastik transparan dan berbentuk *bowl* atau mangkok dari *styrofoam* tanpa label atau informasi apapun dan memberikan kesan kurang menarik. Bentuk pada kemasan yang terlihat masih konvensional dan belum mampu untuk mengangkat nilai jual produk dan pemasaran.

Desain kemasan bakso saat ini digunakan oleh penjual bakso saat ini belum maksimal karena belum memiliki nilai estetika, ketahanan dan keamanan bakso serta belum efisiensi dalam pengemasannya. Desain kemasan yang tidak inovatif dan tidak kreatif, desain terkesan konvensional sehingga saat produk dipasarkan konsumen ragu untuk mengenali produk

yang dipasarkan. Selain kemasan kurang menarik, kemasan juga mudah rusak, menyulitkan konsumen saat ingin membawa bakso pulang ketika dalam perjalanan. Kemasan plastik yang digunakan saat ini kurang mampu melindungi produk, kurang mampu melindungi dari uap panas dan kemasan yang berbentuk mangkok atau *bowl* yang menggunakan *heat sealer* juga membuat produk mudah tumpah karena penutup dari kemasan tidak terkunci dengan rapat, sehingga konsumen tidak dapat menikmati bakso.

Berdasarkan pengamatan pada kemasan bakso *take away* saat ini perlu dilaksanakan pengembangan kemasan bakso *take away*. Diharapkan dengan penelitian ini dapat membantu dalam peningkatan kualitas pada desain kemasan bakso dan mampu bertahan pada persaingan yang ketat dengan persaingan bisnis lainnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut adalah identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Kemasan bakso mudah rusak
2. Kemasan mudah membuat bakso tumpah
3. Kemasan bakso tidak menarik

1.3 Batasan Masalah

Berikut adalah batasan masalah penelitian antara lain:

1. Objek penelitian dilakukan pada masyarakat Batam
2. Penelitian hanya dilakukan pada kemasan produk

3. Penelitian ini tidak membahas tentang material kemasan yang digunakan

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana mengembangkan kemasan bakso yang sesuai dengan kriteria desain kemasan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan berdasarkan latar belakang di atas adalah untuk mengembangkan kemasan bakso sesuai dengan kriteria desain kemasan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah waasan dan pengetahuan tentang pengembangan desain kemasan dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

1.6.2 Manfaat Teoritis

1. Bagi peneliti

Bisa menerapkan ilmu teknik industri khususnya tentang pengembangan desain kemasan yang dipelajari di Universitas Putra Batam.

2. Bagi Universitas Sebagai sumbangan pemikiran tentang cara menyusun program pembelajaran dan mengembangkan metode yang sesuai untuk perancangan dan pengembangan produk.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Desain Kemasan

Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Handayani *et al.*, 2021) desain kemasan merupakan salah satu bisnis kreatif yang menghubungkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain lainnya dengan menggunakan informasi produk sehingga bisa diperkenalkan ke masyarakat lebih luas. Fungsi desain kemasan ini untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengelarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan mampu membedakan produk yang dipasarkan. Pengemasan adalah kegiatan memproduksi dan mendesain wadah atau pembungkus produk yang mempunyai fungsi sebagai ambassador atau duta besar yang mewakili promosi konsep suatu desain untuk diperkenalkan ke masyarakat, selain itu kemasan juga salah satu faktor meningkatkan daya saing karena banyak perusahaan menjadikan kemasan ini sebagai alat pemasaran karena kemasan bisa digunakan lebih dari fungsi teknis.

Perancangan kemasan yang baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan merupakan awal bagian dari proses yang dilihat oleh konsumen yang bisa membuat menarik perhatian daya tarik kemasan. Produsen melakukan pengemasan produk digunakan untuk mampu menarik perhatian konsumen dari produknya atas pembelian. Usaha yang diberikan produsen yaitu kemasan produk diberi kesan yang baik dan

memberikan inovasi model kemasan yang unik dan berbeda dari pesaing yang mempunyai produk yang sama.

Menurut Kaihatu dalam (Satriadi *et al.*, 2021) faktor-faktor yang harus ada untuk menjalankan fungsi kemasan adalah:

1. Faktor pengaman: Kemasan harus memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan. Kemasan dapat melindungi produk dalam perjalanan pengiriman.
2. Faktor ekonomi: kemasan merupakan suatu cara meningkatkan laba perusahaan. Oleh karena itu, kemasan harus dibuat seunik dan semenarik mungkin untuk memikat pelanggan.
3. Faktor pendistribusian: kemasan harus mudah didistribusikan kemana saja sampai ke tingkat konsumen.
4. Faktor informasi dan komunikasi: kemasan dapat mencerminkan produk dan citra merek. Oleh karena itu, kemasan harus mudah dilihat, dipahami, dan diingat. Melalui kemasan, identifikasi produk menjadi lebih efektif dan secara otomatis menjadi pembeda dengan produk pesaing.

2.1.2 Fungsi Kemasan

Menurut (Fajrah *et al.*, 2020) Pengemasan dan labeling atau merek dalam kegiatan pemasaran produk makanan sangat harus untuk dilakukan. Pengemasan selain berfungsi sebagai alat proteksi produk, kemasan juga untuk meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk

tertentu. Sajian produk yang dikemas dalam wadah yang bersih, aman, tahan air tentu akan meningkatkan penjualan. Selain desain, merek produk juga memegang peranan penting dalam aspek pemasaran produk.

Kemasan suatu produk perlu diperhatikan karena kemasan tidak hanya sebagai pembungkus tetapi bisa juga digunakan untuk lainnya. Menurut Simamora dalam (Zamrodah, 2016) mengatakan bahwa ada dua fungsi kemasan yaitu:

1. Fungsi Protektif

Menggunakan kemasan protektif, konsumen tidak perlu khawatir atas resiko pembelian produk rusak atau cacat yang berasal dari perbedaan iklim transportasi dan saluran distribusi yang sama.

2. Fungsi Promosional

Fungsi kemasan biasanya hanya digunakan untuk melindungi produk, namun kemasan juga harus dibuat dengan tampilan menarik berdasarkan preferensi seperti warna, ukuran, bentuk untuk sebagai sarana promosi

Sedangkan menurut Kotler dalam (Zamrodah, 2016), kemasan sebagai alat mempunyai empat fungsi yaitu:

1. *Self Service*

Fungsi kemasan harus lebih luas lagi dalam proses penjualan seperti kemasan harus mampu menarik perhatian konsumen, memperkenalkan produk, memberi kepercayaan dan kesan yang baik kepada konsumen.

2. *Consumer Offluence*

Kemasan yang baik, menarik, penampilan yang cantik akan membuat konsumen mampu membayar produk lebih mahal

3. *Company and Brand Image*

Perusahaan memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa kandungan produk terlihat di kemasan tujuannya konsumen bisa mengenali perusahaan atau merek produk

4. *Inovational Opportunity*

Bagi perusahaan untuk mengambil keuntungan lebih tinggi bisa menggunakan kemasan yang inovatif yang bermanfaat bagi konsumen

Selain fungsi kemasan sebagai promosi, terdapat beberapa fungsi lainnya sebagai berikut:

1. Fungsi utama kemasan adalah untuk melindungi produk supaya produk tersebut tidak hancur, busuk atau hilang ketika ada salah penempatan
2. Kemasan sebagai alat penarik perhatian dan daya tarik konsumen untuk memperkuat karakter produk
3. Gabungan dari fungsi kedua diatas bahwa marketing dan logistik menjual produk dengan kemasan yang menarik perhatian konsumen

2.1.3 Jenis-Jenis Kemasan

Struktur kemasan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Kemasan Primer, yaitu bahan kemasannya langsung berbentuk bahan pangan seperti kaleng susu, botol minuman
2. Kemasan Sekunder, yaitu kemasan yang berfungsi sebagai pelindung kemasan lebih dari satu sebagai contohnya adalah kotak karton untuk tempat kaleng susu, kotak kayu sebagai tempat buah-buahan yang dibungkus
3. Kemasan Tersier dan Kuarter, yaitu kemasan mempunyai fungsinya untuk menyimpan, mengirim dan mengidentifikasi, selain itu berfungsi untuk melindungi saat melakukan pengangkutan

Berdasarkan persiapan kemasan untuk dipakai, kemasan terdiri dua jenis, yaitu:

1. Kemasan siap dipakai, yaitu menggunakan kemasan yang bentuk wadah sempurna menggunakan bahan kemasan yang siap untuk dipakai, seperti wadah botol, wadah kaleng
2. Kemasan siap dirakit, yaitu kemasan yang belum siap dipakai dan harus memerlukan pengerjaan tahap perakitan, misalnya kaleng dalam bentuk lempengan dan silinder fleksibel, wadah yang terbuat dari kertas foil atau plastik.

2.1.4 Mock-Up

Mock-up merupakan suatu metode penelitian tentang desain atau faktor manusia yang memiliki peran penting dalam desain produk dan lingkungan fisik. *Mock-up* terdiri dari dua jenis yaitu jenis *mock-up* fisik dan *mock-up*

digital. *Mock-up* fisik merupakan model yang berbentuk skala penuh dan *mock-up* digital merupakan kumpulan model 3D yang didesain sebelum dibuat dalam versi nyata. *Mock-up* ini dapat digunakan untuk mengembangkan konsep dan pengambilan keputusan desain dengan menguji desain yang disesuaikan dengan usulan konsep (Lu *et al.*, 2022).

2.1.5 *Quality Function Deployment (QFD)*

Menurut Chan & Wu dalam (Mustikasari, 2022) *Quality Function Deployment (QFD)* merupakan konsep menyeluruh yang telah menyediakan sarana untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam persyaratan teknis sesuai dengan setiap tahap pengembangan produk dan produksi yaitu strategi pemasaran, perencanaan, desain dan rekayasa produk, evaluasi prototipe, proses produksi hingga pengembangan dan penjualan. Metode QFD ini salah satu cara bagi perusahaan atau organisasi untuk mengidentifikasi dan mampu memenuhi keinginan konsumen. Metode QFD menghasilkan spesifikasi produk untuk memenuhi konsumen. *Quality Function Deployment* merupakan metode terstruktur yang diperlukan untuk proses merancang dan mengembangkn produk untuk mengartikan kebutuhan dan keinginan konsumen dan untuk mengevaluasi kemampuan suatu produk dan layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Akao dalam (Mustikasari, 2022) QFD diartikan sebagai metode untuk mengartikan kebutuhan dan kainginan konsumen ke bentuk desain produk yang memiliki persyaratan teknis dan ciri-ciri kualitas tertentu.

QFD memperkuat kenyataan praktis bahwa konsumen menilai kinerja suatu produk atau jasa dari kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan faktor teknis yang mempengaruhi suara konsumen biasanya tidak perlu diperhatikan oleh konsumen. Tim pengembang produk harus mampu untuk mengartikan setiap suara konsumen ke dalam respon teknis yang mutlak dibutuhkan. Penerapan QFD yaitu pendekatan terstruktur yang diintegrasikan kebutuhan konsumen untuk menggambarkan lingkungan kompetitif dan realitas teknis sebagai spesifikasi produk yang unik.

Menurut Cohen dalam (Utami, 2018) definisi lain dari pengertian QFD adalah sebagai berikut:

1. QFD merupakan suatu metode dalam proses perencanaan dan pengembangan produk yang terstruktur kemungkinan tim perancang produk untuk merinci kebutuhan dan keinginan konsumen secara jelas yang mengevaluasi kemampuan produk atau jasa ditentukan secara sistematis yang dilihat dari segi pengaruhnya dalam memenuhi kebutuhan tersebut.
2. QFD adalah penerjemahan kebutuhan dan keinginan konsumen ke dalam suatu rancangan produk yang memiliki persyaratan teknikal dan karakteristik kualitas tersebut.

Proses perancangan dan pengembangan produk dalam penggunaan QFD akan membantu proses manajemen dalam memperoleh keunggulan yang kompetitif melalui proses penciptaan atribut dan karakter dari kualitas produk atau jasa yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen. QFD

menggunakan sejumlah matrik yang dikenal dengan *House of Quality* (HOQ) yang menampilkan kebutuhan dan kepuasan konsumen. QFD menghasilkan serangkaian target yang digunakan untuk memuaskan konsumen. Ada beberapa kunci mengenai konsep QFD yaitu:

- a. Proses perencanaan yang merupakan sebuah alat untuk memecahkan masalah atau analisis
- b. Kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan input dari QFD
- c. Mendata informasi penting menggunakan format matriks
- d. Melakukn analisis dan penentuan dari hal-hal yang diprioritaskan

2.1.6 Manfaat *Quality Function Deployment* (QFD)

Manfaat yang diperoleh apabila perusahaan menggunakan metode QFD adalah (Utami, 2018):

1. Mengurangi Biaya

Pengurangan biaya ini terjadi karena produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan kebutuhan dan konsumen sehingga mengurangi pembuangan bahan baku yang telah sesuai dengan spesifikasi telah ditetapkan konsumen. Pengurangan biaya ini dapat dilakukan dengan cara pengurangan biaya pembelian, biaya *overhead* atau pengurangan upah, penyederhanaan proses produkso dan pengurangan pemborosan.

2. Meningkatkan Pendapatan

3. Hasil yang akan diterima apabila pengurangan biaya yaitu hasil produk atau jasa akan lebih meningkat sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

4. Pengurangan Waktu Produksi

Peran penting dalam penting dalam pengurangan biaya produksi adalah QFD, karena QFD akan membuat tim pengembang produk atau jasa bisa membuat keputusan di awal proses. QFD dapat mengurangi biaya produksi dengan cara QFD harus mengurangi perubahan, QFD dapat membantu pengurangan biaya dengan melaksanakan produksi karena kegiatan dilakukan berulang

5. *Customer Focused*

Konsumen mendapatkan input dan umpan balik dari kebutuhan dan keinginan. Bagi organisasi ini hal terpenting karena performasinya tidak terlepas dari konsumen apalagi para pesaing akan melakukan hal yang sama

6. *Time Efficient*

Dengan menerapkan QFD bisa mengurangi waktu pengembangan produk yang memfokuskan pada kebutuhan dan keinginan konsumen

7. *Time Oriented*

Keputusan didasarkan pada consensus dan keterlibatan semua orang karena menggunakan pendekatan orientasi seperti diskusi dalam pengambilan keputusan dengan teknik *brainstorming*

8. *Documentation Oriented*

Proses kebutuhan dan keinginan konsumen menggunakan data dan dokumentasi yang selalu diperbaiki dari waktu ke waktu

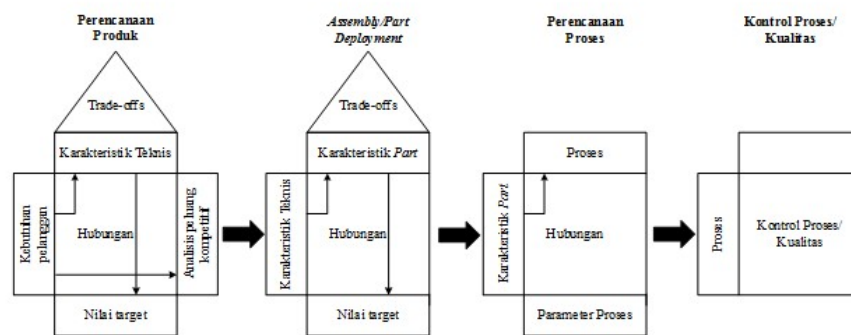
2.1.7 Proses *Quality Function Deployment (QFD)*

Dalam proses QFD untuk menerjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen digunakan matriks dari proses perencanaan sampai pengendalian produksi. Terdapat empat proses dalam matriks yaitu (Setiawati & Mulyati, n.d.):

1. Perencanaan Produk (*Product Planning*) atau disebut *The House Of Quality* merupakan proses penerjemahan kualitas dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang menjadi karakteristik perusahaan
2. Perencanaan Komponen (*Part Planning*), untuk menghasilkan fasa (1) menjadi lebih detail dan membentuk karakteristik kualitas per bagiannya desain produk harus menghendaki ide tim pengembang yang kreatif dan inovatif dengan cara melakukan proses menerjemahkan dan mengembangkan karakteristik teknik perusahaan
3. Perencanaan Proses (*Process Planning*), proses penerjemahan karakteristik kualitas dalam tiap bagian yang dihasilkan pada fasa (2) tujuannya untuk menentukan karakteristik dari tiap-tiap bagian tersebut
4. Perencanaan Produksi (*Production Planning*), proses pembentukan karakteristik proses yang dihasilkan pada fasa (3) dengan karakteristik

keinginan bagian produksi. Untuk memantau proses produksi, jadwal perawatan dan pelatihan keterampilan operator di dalam perencanaan produksi harus diberi petunjuk pekerja

Ilustrasi proses perpindahan informasi dan matrik perencanaan produk ke matrik tahap berikutnya dapat dilihat gambar 2.1.



Gambar 2.1 Pembentukan Matriks-Matriks

2.1.8 Tahap-Tahap Implementasi QFD

Berdasarkan secara umum pengimplementasikan *Quality Function Deployment* terdapat tiga tahap yaitu:

1. Fase pengumpulan suara konsumen (*Voice Of Costumer*)

Langkah-langkah untuk mengumpulkan suara konsumen adalah:

- Mengetahui atribut-atribut yang diperlukan konsumen berupa data kualitatif yang diperoleh dari observasi dan wawancara terhadap konsumen
- Melakukan pengukuran tingkat kepentingan atribut-atribut dari konsumen

2. Fase menyusun rumah kualitas (*House of Quality*)

Langkah-langkah dalam pembuatan rumah kualitas terdiri dari:

- a. Membuat matrik kebutuhan konsumen dengan cara menentukan konsumen dan mengumpulkan data kebutuhan dan keinginan konsumen
- b. Membuat matrik perencanaan dilakukan dengan cara mengukur kebutuhan konsumen dan menentukan kebutuhan performasi konsumen

3. Fase analisa dan interpretasi

Yaitu tahap melakukan analisa dari kedua tahap sebelumnya.

2.1.9 *Voice Of Costumer (VOC)*

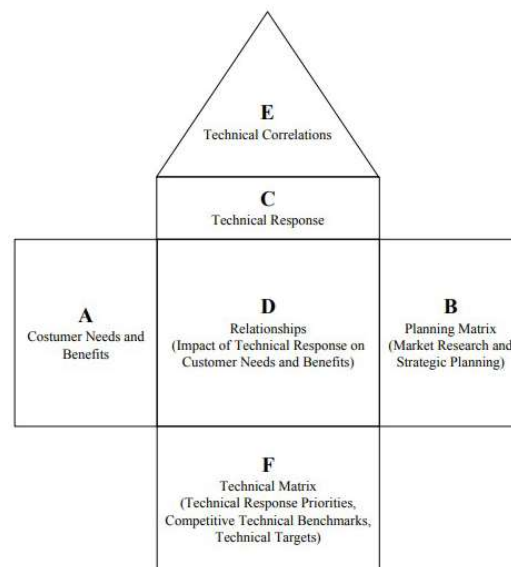
Menurut (Firmansyah et al., 2021) menyatakan bahwa *Voice Of Customer (VOC)* merupakan cara perusahaan melakukan sebagai bentuk media dari suara konsumen yang tujuannya untuk mengembangkan secara terus menerus sebagai layanan langsung terhadap konsumen. *Voice Of Customer (VOC)* merupakan alat penting untuk bisa memahami kebutuhan dan keinginan konsumen melalui masukan, saran konsumen agar proses bisa berjalan dengan lancar. Terdapat empat tahapan dalam *voice of customer*, yaitu:

1. Mengenali kebutuhan konsumen
2. Menyusun kebutuhan konsumen
3. Mengukur dan mengutamakan kepentingan kebutuhan konsumen
4. Mengaplikasikan hasil dengan tujuan kepuasan pelanggan

Voice Of Customer (VOC) dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada konsumen atau responden mengenai atribut penting dari produk dengan 5 skala kepentingan yaitu nilai 1 tidak penting, 2 cukup penting, 3 penting, 4 sangat penting dan 5 sangat penting (Gizi et al., 2021).

2.1.10 Matrik QFD (*The House Of Quality*)

Matrik bentuk struktur digunakan untuk mendesain dan membentuk suatu siklus yang bentuknya mirip dengan sebuah rumah. Fokus utama dalam membuat *HOQ* ini adalah focus terhadap kebutuhan konsumen sehingga proses desain dan pengembangannya telah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen berdasarkan teknologi dan inovasi yang tujuannya untuk mendapatkan informasi lengkap dan penting dari konsumen. Berikut komponen-komponen dari tabel kualitas atau diagram *HOQ* dapat dilihat gambar 2.2.



Gambar 2.2 *House of Quality (HOQ)*

Menurut Cohen dalam (Setiawati & Mulyati, n.d.) terdapat enam komponen utama dalam penyusunan *HOQ* yaitu:

1. Kebutuhan pelanggan (*customer requirements-whats*), yaitu kumpulan atribut dari produk sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. Matriks perencanaan (*planning matriks-why's*), yaitu menggambarkan kebutuhan konsumen dalam kondisi pasar yang diteliti. Matriks ini mempunyai tingkatan yaitu dari tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap atribut produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan pesaingnya.
3. Respon teknis (*technical respons-how's*), yaitu mengidentifikasi secara rinci mengenai karakteristik teknis produk yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
4. Matriks hubungan (*relationships matrix*), matriks hubungan ini dikenal juga dengan matriks hubungan timbal balik yang menggambarkan persepsi dari tim *QFD* dari korelasi keinginan konsumen dan respon teknis.
5. Matriks korelasi teknis yaitu identifikasi korelasi antar respon teknis.
6. Matriks teknis atau prioritas merupakan studi banding (*benchmarks*) dan pemenuhan target (*targets*), memberikan informasi deskriptif sesuai dengan respon teknis,

mengembangkan respon teknikal dengan cara mengukur kinerja teknikal berasal dari pesaing.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini membahas tentang Perancangan Desain Kemasan Produk Olahan Coklat “Cokadol” Dengan Metode *Quality Function Deployment*. Metode yang digunakan adalah metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa adanya inovasi desain kemasan yaitu adanya penambahan logo, menggunakan bahan yang berkualitas bagus, membuat bentuk kemasan unik, menambahkan warna dan desain kemasan yang multifungsi dan flexible (Utami, 2018).

Penelitian ini membahas tentang Inovasi Desain Kemasan Ayam Betutu Sebagai Ikon Oleh-Oleh Khas Bali Di Kota Denpasar. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut bahwa *prototype* desain kemasan yang digunakan untuk mengemas kuliner ayam betutu adalah menggunakan bahan dasar dari kertas (Desi In Diana Sari & Pande Sarjani, 2018).

Penelitian ini membahas tentang Perancangan Desain Kemasan Produk Carica Dengan Konsep Kansei *Engineering* Dan Model Kano. Metode yang digunakan adalah metode kansei *engineering* dan model kano. Hasil dari penelitian tersebut kemasan baru akan berbentuk kotak dari bahan kaca dan memiliki label bentuk gambar buah serta kemasan menggunakan tema warna jingga (Donida et al., 2019).

Penelitian ini membahas tentang Perancangan Kemasan *Take Away* Bubur Ayam Menggunakan Metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Metode yang digunakan adalah metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Hasil dari penelitian tersebut kemasan berbentuk *paper bowl* bahan tahan terhadap air, mudah dikonsumsi, menggunakan *font* dan warna menarik, menggunakan penutup lid mudah dibuka dan ditutup, menampilkan foto produk, logo dan informasi produsen (M Zulfan Rizaldi et al., 2020).

Penelitian ini membahas tentang Pengembangan Produk Kemasan Ikan Kering Dengan Metode *Quality Function Deployment (QFD)* Studi Kasus Pada Nelayan Di Kab.Pangkep. Metode yang digunakan adalah metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Hasil dari penelitian tersebut peningkatan kualitas produk kemasan ikan kering terdapat 14 atribut yang sesuai dengan keinginan konsumen yaitu jenis ikan dan keasinan sesuai dengan rumah mutu kualitas (*house of quality*) (Hanafie et al., 2020).

Penelitian ini membahas tentang Perancangan Produk Jemuran Pakaian *Portable* Dengan Menggunakan *Quality Function Deployment*. Metode yang digunakan adalah metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Hasil dari penelitian pengembangan produk jemuran ini didesain *portable* yang dapat dilipat, tinggi rendah jemuran bisa disesuaikan dengan kebutuhan pengguna dan mempunyai 24 lubang sebagai tempat pengait hanger (Adhyriyanto & Susanti, 2020).

Penelitian ini membahas tentang Perancangan Desain Kemasan Dan *Brand* Putu Piring Bu Kay. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif.

Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa kemasan yang baru praktis, kemasan tahan terhadap uap air atau minyak sehingga membantu saat memegang dan saat mengonsumsi produk serta kemasan sudah memiliki informasi identitas yang jelas sebagai komunikasi dalam promosi produk (Satriadi et al., 2021).

Penelitian ini membahas tentang Desain Kemasan Sekunder Pada Produk Prol Tape Dengan Metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Metode yang digunakan adalah *Quality Function Deployment (QFD)*. Hasil dari penelitian tersebut kemasan menggunakan jenis RSC (*regular slotted container*) terdiri dari kemasan luar (*outer*) dengan jenis *flute BC* dan kemasan dalam (*inner*) dengan jenis *flute B* sehingga jenis kemasan yang digunakan lebih baik untuk kemasan sekunder saat proses distribusi prol tape (Suryaningrat et al., 2021).

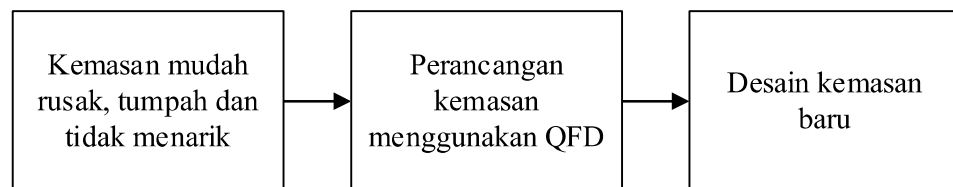
Penelitian ini membahas tentang *Redesign of Product Packaging With Kansei Engineering: Empirical Study on Small-Medium Enterprises in Indonesia*. Metode yang digunakan kansei *engineering*. Hasil penelitian tersebut usulan desain kemasan yang sesuai dengan keinginan konsumen terdiri dari empat atribut yaitu kemasan yang praktis, bahan yang kokoh, ringan, mempunyai daya tarik dan berwarna hijau (Handayani et al., 2021).

Penelitian ini membahas tentang Perancangan Usulan Desain Kemasan Produk “Macaroni Ngehe” dengan *Quality Function Deployment (QFD)*. Metode yang digunakan adalah metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Hasil penelitian tersebut usulan kemasan yang sesuai dengan keinginan

konsumen yaitu mengembangkan desain kemasan, meningkatkan kualitas kemasan dan menampilkan informasi produk (Mustikasari, 2022).

2.3 Kerangka Penelitian

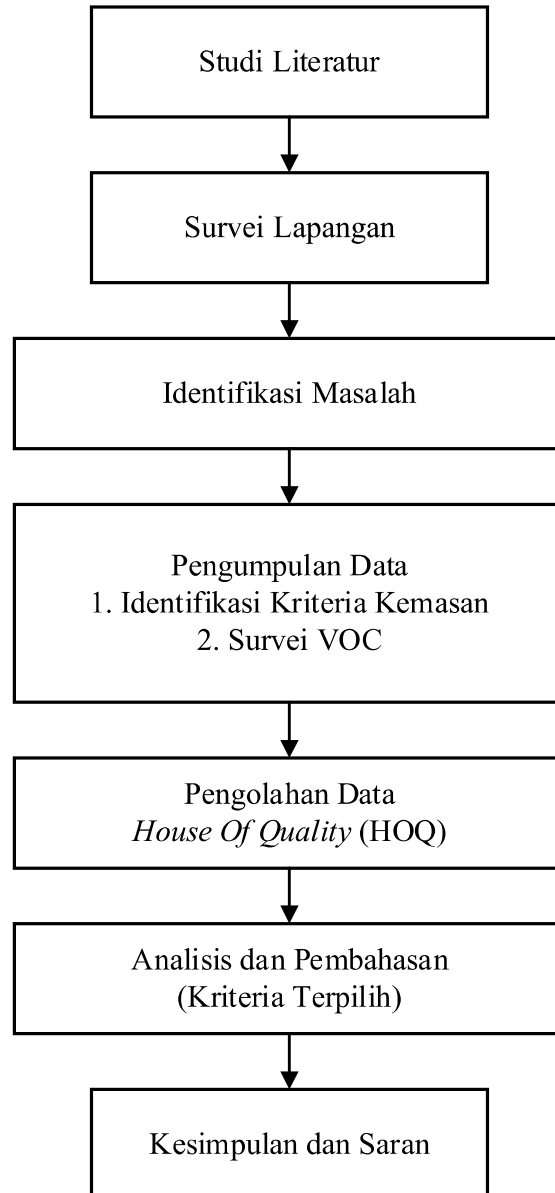
Pada penelitian ini terdapat kerangka pemikiran yang tujuannya untuk mendapatkan kriteria-kriteria dalam perencanaan penentuan kemasan bakso *takeaway* menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Berdasarkan landasan teori yang telah ditinjau, maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian sebagai berikut.



Gambar 2.3 Kerangka Penelitian

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian



Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu bebas (*independent*) variabel dan variabel terikat (*dependent*). Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah spesifikasi atau kriteria kemasan bakso *take away* yang diinginkan oleh konsumen. Sedangkan variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah desain kemasan bakso *take away*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Batam. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020 jumlah masyarakat kota Batam adalah 1.196.396 jiwa.

3.3.2 Sampel

Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah konsumen bakso, teknik pengambilan sampel pada penelitian adalah teknik *simple random sampling* karena sampel yang diambil sesuai dengan tujuan penelitian terhadap masyarakat kota Batam yang mengkonsumsi bakso. Dalam menentukan jumlah sampel yang diteliti, digunakan rumus metode Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1+(N.e^2)} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.1 Metode Slovin}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Derajat keyakinan : 95% = 0,05

maka jumlah sampel dalam penelitian adalah $399,86 \approx 400$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini terdapat beberapa teknik metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Teknik pengumpulan data tersebut adalah:

1. Observasi

Observasi pada penelitian ini dilakukan di lapangan terhadap kemasan bakso take away yang saat ini digunakan oleh penjual bakso.

2. Survey *Voice Of Customer (VOC)*

Survey pada penelitian ini dilakukan di lapangan terhadap *Voice Of Customer (VOC)* konsumen bakso saat ini.

3.5 Teknik Analisa Data

Dalam penelitian, apabila data-data semua sudah terkumpul maka akan dilakukan Analisa data dengan menggunakan metode seperti sebagai berikut:

3.5.1 Pemilihan Kriteria Desain Kemasan

Pemilihan kriteria desain kemasan diambil dari literatur dengan tiga artikel yaitu dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1 Pemilihan Kriteria

No	Penelitian Terdahulu	Kriteria pada Penelitian Terdahulu	Kriteria Terpilih
1	Rizaldi,M.Zulfan.dkk.2020.Perancangan Kemasan <i>Take Away</i> Bubur Ayam	1. Bahan kemasan 2. Penutup kemasan 3. Bentuk kemasan	1. Bahan kemasan 2. Penutup kemasan

	Menggunakan Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).	4. Ukuran kemasan 5. Posisi informasi produk 6. Warna kemasan 7. Jenis Font	3. Bentuk kemasan 4. Ukuran kemasan 5. Warna kemasan
2	Suryadi, Taufiq. dkk. 2022. Perancangan Desain <i>Cup Holder</i> Minuman Kopi Dengan Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).	1. Harga ekonomis 2. Bahan kemasan 3. Desain gambar 4. Variasi warna 5. Kenyamanan dipegang 6. Keamanan kemasan untuk dibawa 7. Handle mudah dibawa	1. Bahan kemasan 2. Variasi warna kemasan 3. Keamanan/ <i>Safety</i> kemasan 4. Handle mudah dibawa
3	Trahazura, Reizva. dkk. 2017. Perancangan Kemasan Baru Ayam Geprek Beringas Menggunakan Metode <i>Quality Function Deployment</i> .	1. Warna kemasan 2. Bahan kemasan 3. Bentuk kemasan 4. Ukuran kemasan 5. Posisi merek/logo 6. Desain kemasan 7. Tata letak label 8. Jenis huruf 9. Mencantumkan informasi	1. Warna kemasan 2. Bahan kemasan 3. Bentuk kemasan 4. Ukuran kemasan 5. Tata letak label/ <i>Spacing</i>

3.5.2 Voice Of Customer (VOC)

Informasi tentang kriteria desain kemasan bakso diperoleh dari kriteria terpilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen bakso. Kriteria desain kemasan yang diinginkan konsumen dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3.2 *Voice Of Customer (VOC)*

No	Kriteria desain kemasan
1	Bentuk Kemasan
2	Bahan Dasar Kemasan
3	Warna Kemasan
4	<i>Spacing</i> label area kemasan
5	<i>Safety</i> Kemasan
6	Penutup Kemasan
7	Ukuran Kemasan
8	<i>Handle</i> Kemasan

3.5.3 House Of Quality (HOQ)

Analisis data dilakukan sesuai dengan bagian-bagian pada *Quality Function Deployment (QFD)* yang tergambar melalui *House Of Quality (HOQ)*.

Bagian-bagian *QFD* pada *HOQ* yaitu:

1) *Kebutuhan konsumen (customer needs)*

Penelitian berisi tentang data dari responden yang merupakan suara konsumen dalam input *HOQ*. Metode identifikasi kebutuhan konsumen dilakukan dengan cara observasi dan *Voice Of Customer (VOC)*.

2) *Technical response*

Matriks ini memuat karakteristik teknis yang merupakan bagian peneliti akan melakukan penerapan metode yang mungkin untuk direalisasikan dalam usaha memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

3) *Relationships*

Relationships terdiri dari hubungan antara respon teknis dengan atribut kebutuhan kosumen. Dalam penelitian ini kekuatan hubungan keduanya mempunyai tiga kriteria yaitu dapat dilihat pada tabel 3.3.

Tabel 3. 3 Simbol Matriks *Relationship*

Simbol	Deskripsi	Hubungan	Nilai
●	Lingkaran Hitam Penuh	Kuat	9
○	Lingkaran Tengah Kosong	Sedang	3
▽	Segitiga Terbalik	Lemah	1

4) Korelasi respon teknis (*technical correlations*)

Korelasi respon teknis berisikan tentang hubungan antara masing-masing respon teknis, terdapat tiga kriteria antar korelasi spesifikasi teknis yang satu terhadap spesifikasi teknis lainnya yaitu dapat dilihat pada tabel 3.4.

Tabel 3.4 Matriks Korelasi

Simbol	Korelasi
+	Kuat
-	Lemah
	Tidak Ada

5) Matriks teknik (*technical matrix*)

Technical matrix menjelaskan tiga informasi sebagai berikut:

1. Kontribusi (*contribution*) menunjukkan kekuatan respon teknis pada keseluruhan kepuasan konsumen. Kontribusi menentukan prioritas dari respon produsen terhadap respon konsumen, sedangkan *normalized contribution* menunjukkan persentase nilai kontribusi.
2. *Benchmarking* adalah mencari suatu industri yang paling bagus praktiknya sehingga menghasilkan kinerja (*performance*) yang paling baik. *Benchmarking* merupakan cara untuk mengetahui tingkat respon teknis yang dilakukan pesaing.
3. *Targeting* merupakan tujuan yang ingin dicapai perusahaan untuk dapat memenuhi tingkat kebutuhan konsumen dengan menggunakan respon teknis yang dimiliki.

6) *Planning matrix*

Matriks ini berisi tingkat kepentingan produk bagi konsumen (*importance to customer*), tingkat kepuasan konsumen terhadap desain kemasan bakso (*customer satisfaction performance*), tingkat kepuasan konsumen terhadap pesaing (*competitive satisfaction performance*), *goal, improvement ratio, sales point, raw weight, dan normalized weight.*

$$AI = \sum(ILTR \times NH) \dots\dots\dots \mathbf{Rumus\ 3.2\ Absolute\ Importance}$$

Keterangan:

ILTR = *Importance level* yang berhubungan dengan *technical responses*

NH = Nilai hubungan

$$RI = \frac{NATR}{\sum(AI\ semua\ TR)} \dots\dots\dots \mathbf{Rumus\ 3.3\ Relative\ Importance}$$

Keterangan:

NATR = Nilai *absolute* untuk setiap 1 item TR

TR = *Technical Responses*

3.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Waktu penelitian dilakukan selama 6 bulan, yaitu dimulai dari bulan Agustus 2022 sampai bulan Januari 2023.

No	Kegiatan	Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pemilihan Topik&Judul																								
2	BAB I																								
3	BAB II																								
4	BAB III																								
5	Pengumpulan Data Penelitian																								
6	BAB IV																								
7	Pengolahan Data																								
8	Analisis dan Pembahasan																								
9	Pemilihan Jurnal Penelitian																								

Gambar 3.2 Jadwal Penelitian