

# PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN BERDASARKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* DI UMKM KERIPIK BALADO CAHAYA

Rifaldi<sup>1)</sup>, Ayu Bidiawati<sup>2)</sup>

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Bung Hatta

Email: aisyagusfiani15@gmail.com

## ABSTRAK

Keripik Balado Cahaya merupakan makanan yang diproduksi di Kota Padang. Salah satu UMKM yang memproduksi keripik Balado adalah UMKM “Keripik Balado Cahaya. Produk keripik Balado tersebut menggunakan kemasan plastik biasa dan kemasan luarnya menggunakan plastik dengan desain sederhana yang membuat tampilan keripik Balado Cahaya menjadi kurang menarik sehingga keripik menjadi melempem. Jika dibiarkan akan membuat daya beli pelanggan berkurang bila dibandingkan dengan produk yang lain dengan kemasan yang menarik. Penelitian dilakukan dengan mengembangkan desain kemasan untuk meningkatkan daya saing. Pada penelitian ini keinginan dan kepuasan konsumen menjadi hal penting dalam mendesain kemasan. Digunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk dapat mengetahui keinginan konsumen dan mendesain kemasan mulai dari tahapan perencanaan desain, perencanaan spesifikasi komponen, perencanaan proses, perencanaan produksi. Pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan *brainstorming*. Dari hasil pengolahan data yang dilakukan diperoleh desain kemasan keripik Balado Cahaya yang baru serta tahapam yang dilalui dalam mendesain kemasan keripik Balado Cahaya. Dari proses tersebut diperoleh desain yang diinginkan konsumen dengan memperhatikan kriteria yaitu penggunaan kemasan *food grade* dengan bahan *polypropolyene* bentuk *stading poch* jenis *aluminium poil* dilengkapi dengan *zipper lock*, menampilkan gambaran objek rumah adat minang kabau, menampilkan informasi produk seperti informasi gizi, izin, informasi produsen, komposisi bahan baku, tanggal kadaluarsa, logo halal, menambahkan logo dan *brand* produk.

**Kata Kunci :** *Daya saing, Quality Function Deployment (QFD), Desain kemasan.*

## PENDAHULUAN

Dunia industri bisnis yang sangat kompetitif sekarang ini menuntut perusahaan untuk adaptif dan inovatif agar dapat bertahan. Hal tersebut mendorong munculnya kebutuhan terhadap strategi pemasaran yang baik. Salah satunya dalam aspek *packing* (pengemasan produk). *Packing* akan optimal apabila didukung oleh program pemasaran seperti kegiatan promosi, penetapan harga, dan distribusi yang baik. Hal tersebut sangat penting untuk kelancaran penjualan karena dengan melakukan *packing* yang baik di harapkan mampu menarik selera konsumen, sehingga dapat dijadikan sebagai alat promosi yang juga diharapkan dapat mendongkrak *volume* penjualan, sehingga dapat memberikan dampak yang baik bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan[4].

Berkaitan dengan hal tersebut maka penelitian ini lebih dititik beratkan pada upaya yang dilakukan dalam mendesain kemasan agar dapat menambah fungsi pada kemasan khususnya fungsi komunikasi dan informasi sebagai media promosi pada UMKM Keripik Balado Cahaya

dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) 4 Phase.

## TINJAUAN LITERATUR

Pengemasan merupakan kegiatan merancang dan membuat wadah atau bungkus sebagai suatu produk, sedang menurut Swasta, mengatakan kemasan (*packaging*) adalah kegiatan-kegiatan yang bersifat umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan bentuk atau desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang. Jadi dapat dikatakan bahwa kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu produk yang meliputi desain bungkus dan pembuatan bungkus produk tersebut. Kemasan mempunyai arti yang sangat penting karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap isi produk saja tetapi juga digunakan untuk menyenangkan [1] dan [3].

### *Function Deployment (QFD)*

*Quality Function Deployment* (QFD) adalah metode pengembangan produk secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembangan mengidentifikasi secara jelas kebutuhan dan harapan pelanggan [2].

**METODE**

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai media untuk mengumpulkan data terkait dengan desain kemasan Boleh Randang yang baru. Kegiatan penelitian ini diawali dengan penyebaran kuesioner tertutup pada konsumen dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan 14 variabel penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap 60 responden.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil analisis data dilakukan pembuatan matriks *Quality Function Deployment (QFD)* 4 Phase.

**1. QFD fase 1 (Perencanaan Produk)**

Berikut hasil matriks QFD fase 1 dapat dilihat pada Gambar 1.

Kategori	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Seusutan dan Kemasan dengan produk	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Kemasan berbagai bentuk kemasan	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Kemasan yang dapat di buka ulang	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Kemasan dengan berbagai karakteristik komponen	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Kemasan mudah dibawa, dipangas, digunakan dan di simpan	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Ketahanan informasi di area kemasan untuk melindungi produk	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Kemasan memberikan informasi yang menarik	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Ketahanan kemasan diperlukan untuk mempertahankan kualitas kemasan produk	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Pembacaan logo/label informasi produk dan kode QR penting untuk kemasan	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Titika kemasan harus jelas agar tidak jadi kesalahan informasi	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Bahan kemasan tidak berkontaminasi	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Kemasan harus mudah dibuka dan ditutup	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Ketahanan sertifikat tin kemasan penting untuk pengecekan makanan	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Mencantumkan cara penyimpanan dan tanggal kadaluarsa, komposisi bahan baku	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Detail Spesifikasi	5	5	1	4	3	7	6	2	1					

**Gambar 1. QFD Fase 1**

**2. QFD Fase 2 (Perencanaan Komponen)**

Berikut matriks QFD fase 2 dapat dilihat pada Gambar 2

Spesifikasi Komponen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Menggunakan kemasan dengan ukuran 14, 20 cm pada kemasan	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Kemasan mudah dibuka dengan menggunakan zipper lock	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Memilih bahan kemasan	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Memilih jenis bahan yang jelas dan mudah dibaca	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Memilih gambar dan produk yang baik	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Memilih informasi gambar, foto, komposisi bahan baku dan tanggal kadaluarsa	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Memilih informasi produk dan kode QR penting	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Memilih logo kemasan	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Memilih nama brand	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Kepentingan relatif persyaratan	4,787,9	4,787,9	9,475,8	4,787,5	6,183,1	1,647,1	3,190,1	6,455,5	9,477,5					
Prioritas	5	5	1	4	3	7	6	2	1					

**Gambar 2. QFD Fase 2**

**3. QFD Fase 3 (Perencanaan Proses)**

Berikut matriks QFD fase 3 yang dapat dilihat pada Gambar 3.

Spesifikasi Komponen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Menambah kombinasi warna kemasan	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Menampilkan nama brand	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Menampilkan logo kemasan	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Menampilkan gambar produk dan logo hasil	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Kepentingan relatif persyaratan teknis	16,207,6	14,201,6	28,423,2	28,423,2	28,423,2	17,200,6	14,201,6	28,423,2	28,423,2					
Prioritas	3	5	4	1	6	2	4							

**Gambar 3. QFD Fase 3**

**4. QFD Fase 3 (Perencanaan Proses)**

Berikut matriks QFD fase 4 pada Gambar 4

Karakteristik Proses	Rencana Kebutuhan				KBR
	Bahan Baku	Stasiun Kerja	Peralatan	Operator	
Print desain dengan stiker	○	●	●	●	28.4.326,20
Tempel stiker kemasan pada area depan dan belakang kemasan	●	●	●	●	151.640,64
Penggunaan kemasan plastik aluminium foil bahan polypropylene dengan zipper lock untuk kemasan	●	●	●	●	85.297,86
BPK	1.620,66	3.923,70	2.558,94	3.923,70	

**Gambar 4. QFD Fase 4**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode QFD 4 Phase diperoleh desain kemasan yang dapat dilihat pada Gambar 5.



**Gambar 5. Desain Kemasan Baru**

**DAFTAR PUSTAKA**

[1] Basu Swastha, 1999 Manajemen Pemasaran *Modern*, Edisi Ketiga Yogyakarta, Liberty.

[2] Cohen, Louis, 1995, *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work For You*, Addison-Wesley Publishing Company.

[3] Kotler, Philip Gary Armstrong, (2008) Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta

[4] Philip Kotler, 2003. Manajemen Pemasaran, Edisi sebelas. Jakarta : PT. Indeks.

