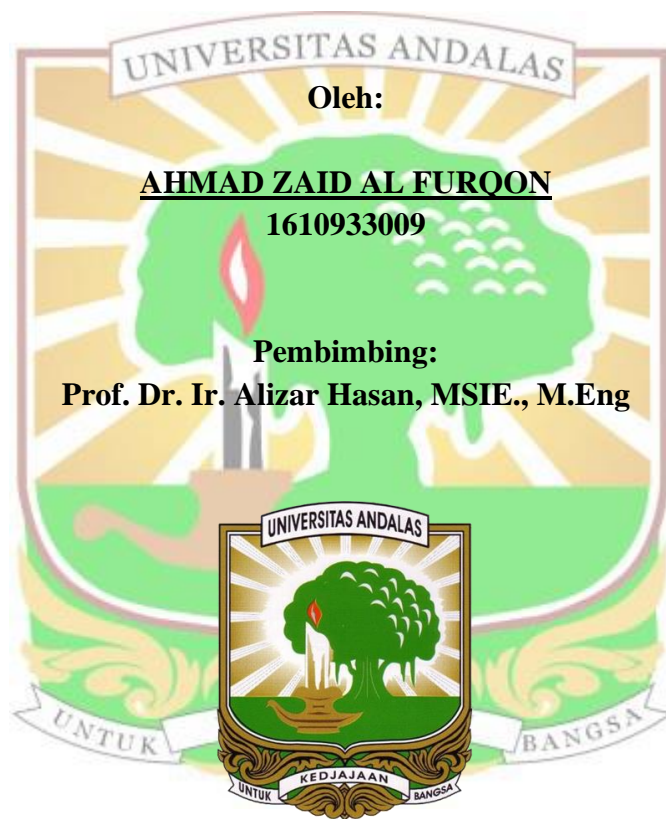


**PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN USAHA KOPI PADA
IKM KINCIU *COFFEE ROASTERY***

TUGAS AKHIR

*Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan
Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas*



**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

ABSTRAK

Produksi kopi di Sumatera Barat mengalami peningkatan produksi sebesar 65,74% dari tahun 2019-2020. Peningkatan produksi kopi membuka peluang bisnis untuk IKM kopi di Sumatera Barat. IKM kopi yang memanfaatkan peluang tersebut salah satunya adalah IKM KINCIU Coffee Roastery. IKM KINCIU Coffee Roastery bergerak di bidang industri olahan kopi kemasan. IKM KINCIU Coffee Roastery memiliki beberapa kendala dalam berbisnis yaitu penjualan yang belum berkembang secara signifikan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu kualitas kemasan yang kurang menarik dan tidak sesuai dengan harapan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengembangan desain kemasan berdasarkan analisis konseptual variable-variabel pada kemasan menggunakan pendekatan Grounded Theory. Grounded Theory adalah metode penelitian kualitatif yang mengonstruksikan teori dari suatu fenomena berdasarkan fakta dan data yang ada, sehingga teori ini dapat digunakan untuk memperoleh variabel-variabel dan melihat hubungan antar variabel yang diharapkan konsumen terhadap kemasan. Pada penelitian ini terdapat 57 kata kunci yang dikategorikan kedalam 9 variabel yang didasarkan pada dimensi kualitas yang diperhatikan oleh konsumen pada kemasan suatu produk, yang meliputi kinerja (performance), fitur (features), keandalan (reliability), konformansi (conformance), ketahanan (durability), estetika (aesthetic), kemampuan layanan (serviceability), persepsi mutu (perceived quality) serta harga (price) yang dipengaruhi oleh biaya (cost) yang dikeluarkan untuk membuat kemasan. Implementasi dilakukan kedalam bentuk pengembangan desain kemasan dengan tiga alternatif desain, dengan alternatif terpilih adalah alternatif 1. Pengembangan desain alternatif 1 dilakukan hingga berbentuk prototype dengan bahan yang hampir sama. Berdasarkan hasil survei pasar pengembangan ini dan biaya yang dikeluarkan dapat dikatakan logis atau dapat diterima dipasaran dan masih memberikan keuntungan terhadap perusahaan.

Kata kunci: *Dimensi Kualitas Produk, Desain Kemasan, Grounded Theory, Kopi*

ABSTRACT

Coffee production in West Sumatra has increased production by 65.74% from 2019-2020. The increase in coffee production opens up business opportunities for coffee SMEs in West Sumatra. One of the coffee SMEs that take advantage of this opportunity is the IKM KINCIU Coffee Roastery. IKM KINCIU Coffee Roastery is engaged in the packaged coffee processing industry. IKM KINCIU Coffee Roastery has several obstacles in doing business, namely sales that have not developed significantly. This is caused by several factors including the quality of the packaging that is less attractive and not in accordance with consumer expectations. This study aims to develop a packaging design based on a conceptual analysis of the variables on the packaging using the Grounded Theory approach. Grounded Theory is a qualitative research method that constructs a theory of a phenomenon based on existing facts and data, so that this theory can be used to obtain variables and see the relationship between variables that consumers expect from packaging. In this study, there are 57 keywords that are categorized into 9 variables based on the dimensions of quality that are considered by consumers on the packaging of a product, which includes performance, features, reliability, conformance, durability, aesthetics, serviceability, perceived quality and price which are influenced by the costs incurred to make the packaging. Implementation is carried out in the form of packaging design development with three alternative designs, with the chosen alternative being alternative 1. The development of alternative 1 design is carried out to form a prototype with almost the same materials. Based on the results of this market development survey and the costs incurred can be said to be logical or acceptable in the market and still provide benefits to the company.

Keywords: Coffee, Grounded Theory, Packaging Design, Product Quality Dimensions