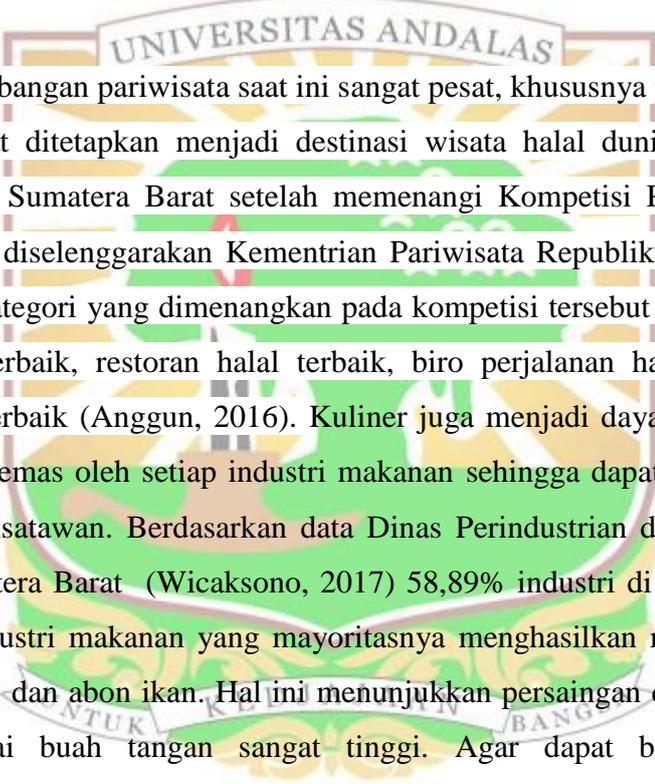


BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang



Perkembangan pariwisata saat ini sangat pesat, khususnya pariwisata halal. Sumatera Barat ditetapkan menjadi destinasi wisata halal dunia. Wisata halal berhasil diraih Sumatera Barat setelah memenangi Kompetisi Pariwisata Halal Nasional yang diselenggarakan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia pada tahun 2016. Kategori yang dimenangkan pada kompetisi tersebut adalah destinasi wisata halal terbaik, restoran halal terbaik, biro perjalanan halal terbaik dan kuliner halal terbaik (Anggun, 2016). Kuliner juga menjadi daya tarik tersendiri yang dapat dikemas oleh setiap industri makanan sehingga dapat dijadikan buah tangan oleh wisatawan. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Barat (Wicaksono, 2017) 58,89% industri di Sumatera Barat merupakan industri makanan yang mayoritasnya menghasilkan rendang, keripik balado, kipang, dan abon ikan. Hal ini menunjukkan persaingan dalam penjualan kuliner sebagai buah tangan sangat tinggi. Agar dapat bersaing dengan kompetitornya, maka industri makanan harus memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh pesaingnya. Wisatawan yang berkunjung ke kota Padang dari tahun 2007 sampai tahun 2013 terus meningkat, hal ini menjadi peluang pasar untuk industri makanan yang akan dijadikan buah tangan oleh wisatawan. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Padang dapat dilihat pada **Tabel 1.1**

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Padang

No	Tahun	Asing	Domestik	Total
1	2007	28.320	1.425.241	1.453.561
2	2008	42.028	1.593.725	1.635.753
3	2009	46.143	1.554.647	1.600.790
4	2010	47.002	1.607.375	1.654.377
5	2011	47.609	2.252.336	2.299.945
6	2012	139.119	2.965.807	3.104.926
7	2013	53.057	3.001.306	3.054.363
8	2014	54.967	3.199.392	3.254.359
9	2015	57.318	3.298.454	3.355.772
10	2016	45.194	3.628.299	3.673.493

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang

Semakin meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Padang maka harapannya semakin meningkat pula jumlah wisatawan yang membeli buah tangan yang berasal dari kota Padang. Kuliner yang sering dijadikan buah tangan yang berasal dari kota Padang, Sumatera Barat salah satunya adalah Rendang. Rendang merupakan makanan tradisional yang berasal dari Ranah Minang yang telah mendunia. Rendang menduduki posisi pertama dalam *World's 50 Delicious Food*, sebuah *polling* internasional pada tahun 2011 (www.cnn.com), karena rendang telah menduduki posisi pertama makanan terlezat di dunia, maka kuliner rendang sebaiknya diiringi juga dengan strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran yang diperhatikan agar konsumen tertarik terhadap produk yang ditawarkan terdiri dari 4P yaitu (*product, place, promotion, and price*). *Product* memperhatikan bagaimana bentuk kemasan produk, ukuran, label halal, dll. *Place* mempertimbangkan dimana lokasi usaha akan didirikan. *Promotion* artinya agar promosi dilakukan seluas – luasnya sehingga dikenal oleh konsumen, bisa dengan menjalin kerjasama dengan mitra lain atau memanfaatkan media sosial. *Price*, yaitu menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen. Namun pada penelitian ini yang akan diteliti hanya pada aspek *product* yang berhubungan dengan kemasan / kemasan produk (Johar, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Vyas tahun 2015 dalam (Wicaksono, 2017), mengatakan bahwa kemasan mempengaruhi respon konsumen terhadap produk (89%), mengarahkan pembelian secara impulsif (69%), dan mendiferensiasi merek (84%). Setelah melihat suatu kemasan, 90% responden menyukai produk,

92% tertarik terhadap produk, 89% responden akan membeli, dan 73% memberikan kesan akan produk dan membeli produk berulang. Kemasan juga akan membantu konsumen dalam memilih (84%) (Wicaksono dkk, 2017).

Fungsi dasar kemasan hanyalah sebatas melindungi produk dan mempermudah produk saat dibawa, namun seiring perkembangan zaman terjadi penambahan fungsional dan peranan kemasan sebagai kekuatan dalam persaingan pasar. Pada pertengahan tahun 1980 an persaingan pasar semakin ketat, sehingga pengusaha berlomba untuk menarik perhatian konsumen, dan kemasan harus mampu menarik perhatian konsumen dan menggambarkan keistimewaan produk. Ada tiga alasan utama untuk melakukan pengemasan, pertama melindungi produk, kedua sebagai identitas produk, ketiga sarana promosi sehingga dapat menarik perhatian konsumen (modulpackaging.staff.uny.ac.id. Diakses pada 25 Desember 2017). Fungsi kemasan menurut Syarief (2017) adalah menjaga produk agar tetap bersih dan terlindung dari kontaminasi, melindungi makanan dari kerusakan fisik, mempunyai kemudahan saat membuka dan menutup, efisien dan ramah lingkungan mempunyai ukuran sesuai standar yang ada, menampilkan informasi, daya tarik dan penampilan yang jelas sehingga membantu dalam promosi.

Produk rendang saat ini kebanyakan dikemas menggunakan material berbahan plastik, kertas dan kaca. Berikut merupakan beberapa bentuk kemasan rendang yang ada di kota Padang dapat dilihat pada **Gambar 1.1** dan **Gambar 1.2**

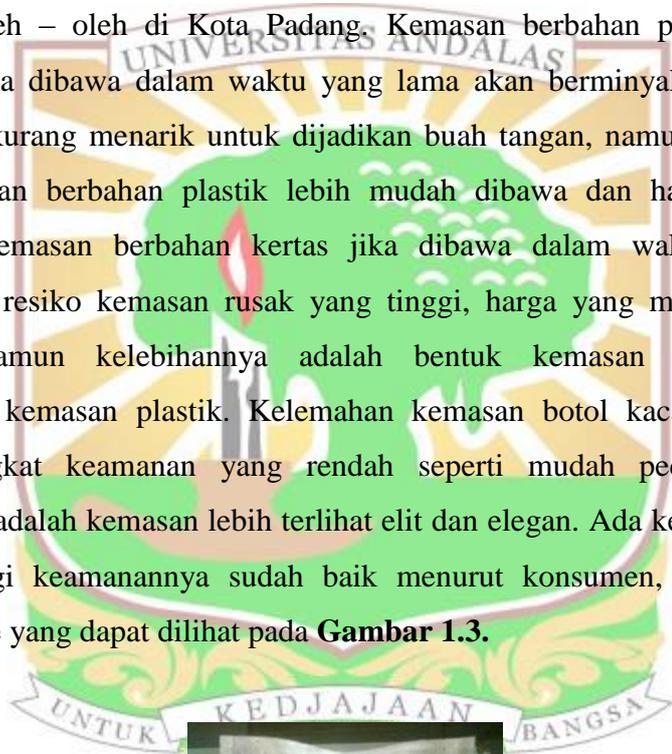


Gambar 1.1 Beberapa Kemasan Rendang di Kota Padang



Gambar 1.1 Beberapa Kemasan Rendang di Kota Padang (Lanjutan)

Berikut akan dipaparkan penjelasan mengenai kelemahan dan kelebihan kemasan rendang yang ada saat ini menurut 30 konsumen yang berbelanja di salah satu pusat oleh – oleh di Kota Padang. Kemasan berbahan plastik memiliki kelemahan jika dibawa dalam waktu yang lama akan berminyak dan memiliki bentuk yang kurang menarik untuk dijadikan buah tangan, namun kelebihannya adalah kemasan berbahan plastik lebih mudah dibawa dan harganya murah. Kelemahan kemasan berbahan kertas jika dibawa dalam waktu yang lama kemungkinan resiko kemasan rusak yang tinggi, harga yang mahal, dan tidak transparan namun kelebihannya adalah bentuk kemasan lebih menarik dibandingkan kemasan plastik. Kelemahan kemasan botol kaca adalah berat, memiliki tingkat keamanan yang rendah seperti mudah pecah, sementara kelebihannya adalah kemasan lebih terlihat elit dan elegan. Ada kemasan rendang yang dari segi keamanannya sudah baik menurut konsumen, yaitu kemasan rendang Asese yang dapat dilihat pada **Gambar 1.3**.



Gambar 1.2 Kemasan Rendang Asese

Kemasan rendang Asele telah menggunakan *aluminium foil* namun masih terdapat beberapa kekurangan kemasan rendang Asele menurut konsumen yaitu apabila kemasan telah dibuka maka akan sulit untuk ditutup kembali apabila konsumen ingin menyimpan rendang menggunakan kemasan tersebut, dan kurangnya informasi tentang kandungan nutrisi yang terdapat pada kemasan. Untuk mengetahui kesan konsumen terhadap kemasan rendang saat ini telah dilakukan wawancara awal kepada 30 orang konsumen. Pertanyaan yang ditanyakan kepada konsumen adalah bagaimana kesan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri tentang kemasan rendang saat ini jika dijadikan buah tangan? Beberapa kesan terhadap kemasan rendang saat ini dapat dilihat pada **Tabel 1.2**.

Tabel 1.2 Kesan Konsumen Terhadap Kemasan Rendang Saat Ini.

NO	Kesan	NO	Kesan
1	Berminyak	12	Ciri khas Daerah Kurang
2	Kurang meyakinkan	13	Desain terlalu Ramai
3	Sulit dibuka dan dtutup	14	Tidak transparan
4	Tidak Aman	15	Sulit dibawa
5	Kurang Menarik	16	Merk tidak jelas
6	Tidak elegan	17	Gambar Rendang tidak jelas
7	Perlu inovasi	18	Keamanan yang kurang
8	Berbau	19	Elit
9	Gampang dibawa	20	Kemasan tahan lama
10	Kaku	21	Warna monoton
11	Warna tidak menarik	22	Mudah dibuka

Berdasarkan kesan para konsumen, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kekurangan pada kemasan rendang saat ini, sehingga perlu adanya desain ulang agar kemasan rendang lebih menarik dan dapat memenuhi kepuasan konsumen ketika membeli rendang dan menjadikannya sebagai buah tangan.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang ingin diselesaikan pada penelitian ini adalah bagaimana merancang kemasan Rendang yang sesuai dengan keinginan

konsumen, sehingga meningkatkan ketertarikan konsumen dalam membeli produk.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah

1. Mengetahui keinginan dan pendapat konsumen sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih produk
2. Mengevaluasi usulan rancangan kemasan Rendang.
3. Merancang *prototype* kemasan Rendang berdasarkan kemasan rendang yang ada saat ini yang sesuai dengan keinginan konsumen.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah :

1. Perancangan kemasan hanya untuk produk Rendang Daging.
2. Rasa dan kualitas produk yang dihasilkan tidak menjadi pertimbangan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan penelitian bertujuan untuk mengetahui secara umum kerangka isi bab yang ada dalam laporan penelitian. Berikut adalah alur sistematis dari penulisan laporan penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab landasan teori berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu tentang kemasan dan metode *Kansei Engineering*. Teori-teori tersebut digunakan sebagai acuan dalam melakukan pemecahan masalah dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi penelitian berisi tentang tahapan sistematis yang dilakukan dalam penelitian, mulai dari pengumpulan dan pengolahan data sampai diperoleh kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan data - data yang telah dikumpulkan dan dilakukan pengolahannya. Pengolahan data berupa uji statistik Analisis Faktor dengan bantuan *Software SPSS*, dari pengolahan data tersebut didapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi emosional pengguna dan dapat menjadi pertimbangan dalam perancangan kemasan rendang menggunakan Metode *Kansei Engineering*.

BAB V ANALISIS

Bab ini menjelaskan mengenai analisis terhadap hasil uji statistik, terhadap hasil rancangan dan analisis terhadap hasil evaluasi rancangan kemasan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan terhadap hasil penelitian dan saran dalam penelitian selanjutnya

