

**Pengembangan Desain Kemasan Keripik Tempe Tapioka Bening
Sari di Kabupaten Dharmasraya**

TUGAS AKHIR

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



**Pembimbing:
Prof. Dr. Ir Alizar Hasan, MSIE, M.Eng**

**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ABSTRAK

Makanan merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh manusia setiap saat dan dimanapun, serta memerlukan pengelolaan yang baik dan benar agar makanan yang dikonsumsi dapat bermanfaat bagi tubuh. *The State of Snacking* mencatat pada tahun 2020 bahwasanya orang Indonesia mengalami peningkatan ngemil makanan ringan lebih tinggi dari rata-rata global, hingga 60%. Peningkatan ini tentunya memunculkan peluang bagi UMKM makanan ringan untuk menjalankan kegiatan bisnis. Hal ini didukung dengan data BPS Sumatera Barat tahun 2021 yang menunjukkan bahwasanya usaha UMKM yang bergerak dalam produksi keripik di Sumatera Barat mencapai angka 1669 usaha. Salah satu UMKM makanan ringan ini diantaranya adalah Bening Sari yang berlokasi di Kabupaten Dharmasraya. Bening Sari melakukan produksi makanan ringan berupa keripik tempe tapioka. Diketahui bahwasanya usaha ini mengalami permasalahan pada desain kemasan yang kurang menarik, dimana proses pengemasan masih dilakukan secara tradisional, yakni menggunakan plastik transparan dan label seadanya sehingga berimbas pada penjualan produk. Didukung dengan penyebaran kuesioner dimana 87% responden menyatakan perlunya perbaikan desain kemasan dari Keripik Tempe Tapioka Bening Sari yang digunakan saat ini, sehingga pemilik mendukung untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengembangan desain kemasan Keripik Tempe Tapioka Bening Sari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk desain kemasan keripik tempe tapioka bening sari yang sesuai dengan keinginan konsumen. Digunakan pendekatan *grounded theory* dimana pendekatan ini diklasifikasikan sebagai metode penelitian kualitatif yang sistematis terfokus pada skema berupa faktor yang mempengaruhi fenomena yang meliputi pengambilan keputusan konsumen untuk membeli produk berdasarkan kemasannya. Hasil akhir penelitian ini adalah desain terpilih yang sesuai dengan harapan konsumen yaitu desain kedua. Desain kedua unggul pada tahap pemilihan desain dibandingkan alternatif desain lainnya.

Kata Kunci : *Desain, Grounded Theory, Kemasan, Keripik*

ABSTRACT

Food is a basic necessity required by humans at all times and in any place, and it requires good and proper management to ensure that the consumed food is beneficial to the body. The State of Snacking noted in 2020 that Indonesians experienced a higher increase in snacking, up to 60% higher than the global average. This increase certainly presents opportunities for small and medium-sized snack food businesses to thrive. This is supported by data from the Central Bureau of Statistics of West Sumatra in 2021, which shows that the number of small and medium-sized businesses engaged in chip production in West Sumatra reached 1669. One of these small and medium-sized snack food businesses is Bening Sari, located in Dharmasraya Regency. Bening Sari produces cassava tempe chips as its snack food product. It is known that this business has a problem with an unattractive packaging design, as the packaging process is still done traditionally, using transparent plastic and basic labels, which has an impact on product sales. Supported by a survey where 87% of respondents stated the need for an improvement in the packaging design of Bening Sari's Cassava Tempe Chips, the owner supports further research on the development of the packaging design for Bening Sari's Cassava Tempe Chips. This research aims to determine the appropriate packaging design for Bening Sari's Cassava Tempe Chips according to consumer preferences. Grounded theory approach is used, which is classified as a systematic qualitative research method focused on a scheme of factors influencing the phenomenon, including consumer decision-making to purchase a product based on its packaging. The final result of this research is the selected design that meets consumer expectations, which is the second design. The second design excels in the design selection phase compared to other alternative designs.

Keywords: Chips, Design, Grounded Theory, Packaging