

**PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN
PENDEKATAN *GROUNDED THEORY*
di Usaha Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai CV ASNEL**

TUGAS AKHIR



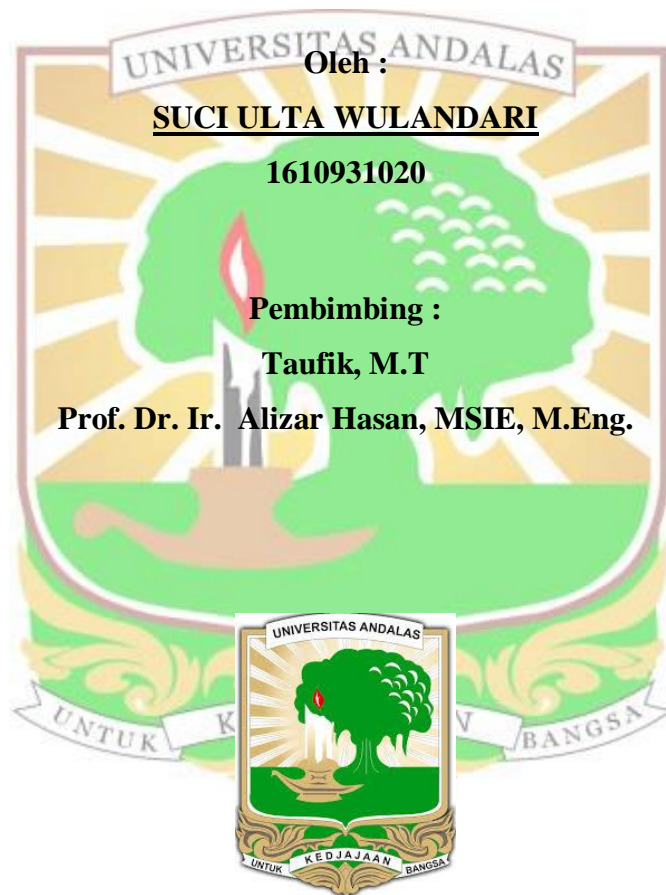
**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

**PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN
PENDEKATAN *GROUNDED THEORY***

di Usaha Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai CV ASNEL

TUGAS AKHIR

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



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

ABSTRAK

Kopi merupakan komoditas pertanian yang dominan di Sumatra Barat. Solok merupakan salah satu kota dan kabupaten yang berkontribusi sebesar 11,6% dari total produksi kopi di Sumatra Barat. CV ASNEL sebagai salah satu produsen kopi bubuk khas Solok yang legendaris dengan merek dagang “Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai” telah beroperasi selama 22 tahun, namun belum mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas kemasan yang kurang menarik dan tidak sesuai dengan harapan konsumen. Kemasan merupakan citra bagi suatu perusahaan, tampilan produk dapat berpengaruh secara psikologis untuk meningkatkan daya beli konsumen sehingga secara tidak langsung menunjang suatu produk dapat bersaing dipasaran. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengembangan desain kemasan berdasarkan analisis konseptual variabel-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 34 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), konformasi (conformance), ketahanan (durability), estetika (aesthetic), kemampulayanan (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 dua alternatif desain, dengan alternatif terpilih adalah alternatif 2. Pengembangan desain alternatif 2 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, Kemasan, Kopi, Prototype.*

ABSTRACK

Coffee is the dominant agricultural commodity in West Sumatra. Solok is one of the cities and districts that contribute until 11.6% of the total coffee production in West Sumatra. CV ASNEL as one of the legendary powder coffee producers in Solok city with the trademark "Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai" has been operating for 22 years, but has not experienced significant development. This is caused by several factors, one of which is the quality of the packaging that less attractive and not in accordance with consumer expectations. Packaging is an image for a company, product appearance can have a psychological effect on increasing consumer purchasing power so that indirectly supports a product to compete in the market. 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 the 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 to the packaging. In this study there are 34 keywords that are categorized into 9 variables based on the dimensions of quality that consumers pay attention to 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 packaging. Implementation is carried out in the form of packaging design development with two design alternatives, with the selected alternative being alternative 2. Development of alternative design 2 is carried out until it is in the form of a prototype with almost the same material. 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, Prototype. Product Quality Dimensions.*

