



Perancangan Desain Pengembangan Kemasan Keripik Singkong Mbak Sum Desa Ngawun Parengan Menggunakan Metode *Kansei* Engineering

**Nidya Arindi Putri¹, Anggia Kalista², Moh. Muhyidin Agus Wibowo³, Susanti Dhini
Angraini⁴**

*Email : putrideatuban@gmail.com

^{1,2,3,4,5}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Ronggolawe Tuban

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Received : 04 Juli 2024
Revised : 15 Juli 2024
Accepted : 23 Juli 2024

Kata kunci :
Kemasan; *Kansei*
Engineering; Desain;

Abstract

Industry in Indonesia has experienced a lot of progress, one of which is driven by policies in the small industrial sectors. The case study in this research is the "Mbak Sum" cassava chips UKM located in Krajan Hamlet, Ngawun Village, Parengan District. The packaging of the "Mbak Sum" cassava chips is still quite simple. So, in order to expand marketing and develop sales of cassava chips, this research was carried out to create packaging for cassava chips. The method used is the Kansei Engineering method which is able to process words chosen by consumers as something they want from the product into design specifications for the product. Data collection in this research was obtained from interviews, related journal literature and surveys of several snack products to serve as references. The data obtained was then compiled into a closed questionnaire using a Likert scale consisting of 5 scale of importance. The conclusion from this research is that the percentage level of importance is obtained, namely 3 attributes with an importance level of "Quite Important", 53 attributes with an importance level of "Important" and 3 attributes with an importance level of "Very Important". Because the percentage results that have an "Important" value are 53 attributes with a total percentage of 3,626.7, divided by the number of attributes that have an important value, namely 53 attributes, so the average is found to be 68.43. So, in order to define attributes that have an importance level of "Important", by looking at the percentage of the attribute, if the percentage value is above 68.43 then the attribute must be used and if it is below 68.43 then the attribute does not have to be used or is in accordance with the designer's needs.

Abstrak

Putri, N. A., (2024). Perancangan Desain Pengembangan Kemasan Keripik Singkong Mbak Sum Desa Ngawun Parengan Menggunakan Metode *Kansei Engineering*. IMEJ : Industrial Management And Engineering Journal Universitas PGRI Ronggolawe, Volume 3 (1), Halaman 43 – 56.

Perindustrian di Indonesia telah mengalami begitu banyak kemajuan, salah satunya didorong oleh adanya kebijakan dari sektor-sektor industri kecil. Studi kasus dalam penelitian ini adalah UKM keripik singkong “Mbak Sum” yang berada di Dusun Krajan, Desa Ngawun, Kecamatan Parengan. Kemasan keripik singkong “Mbak Sum” masih cukup sederhana. Sehingga, demi memperluas pemasaran dan berkembangnya penjualan keripik singkong tersebut, maka dilakukan penelitian ini untuk membuat kemasan keripik singkong. Metode yang digunakan adalah metode *Kansei Engineering* yang mampu mengolah kata yang dipilih oleh konsumen sebagai sesuatu yang diinginkan dari produk menjadi spesifikasi desain dari produk. Pengumpulan data pada penelitian ini didapatkan dari wawancara, literatur jurnal terkait dan survey beberapa produk makanan ringan untuk dijadikan sebagai referensi. Data yang diperoleh kemudian disusun menjadi kuesioner tertutup dengan menggunakan skala Likert yang terdiri dari 5 skala kepentingan. Kesimpulan dari penelitian ini diperoleh persentase tingkat kepentingan, yaitu 3 atribut dengan tingkat kepentingan “Cukup Penting”, 53 atribut dengan tingkat kepentingan “Penting” dan 3 atribut dengan tingkat kepentingan “Sangat Penting”. Karena hasil persentase yang bernilai “Penting” adalah sebanyak 53 atribut dengan jumlah keseluruhan persentasenya adalah 3.626,7, dibagi dengan banyaknya atribut yang bernilai penting yaitu 53 butir atribut, sehingga ditemukan rata-rata yaitu 68,43. Jadi, demi memberi batasan atribut yang memiliki tingkat kepentingan “Penting”, adalah dengan melihat persentase atributnya, apabila nilai persentasediatas 68,43 maka atribut wajib digunakan dan apabila di bawah 68,43 maka atribut tidak wajib digunakan atau sesuai dengan kebutuhan dari perancang.

1. Pendahuluan

Perindustrian di Indonesia telah mengalami begitu banyak kemajuan. Kemajuan tersebut juga salah satunya didorong oleh adanya kebijakan dari sektor-sektor industri kecil atau UKM. UKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu daerah di Indonesia. Salah satu kategori dari UKM adalah usaha home industry. Khumalasari dalam (Afiyah, dkk., 2015) menyatakan “Secara harfiah, home berarti rumah, tempat tinggal, atau kampung halaman, sedangkan industry dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan”[1]. Maraknya usaha home industry di Indonesia, terutama pada usaha makanan ringan yang banyak sekali diminati bahkan dari semua kalangan. Berbagai macam makanan ringan khususnya yang terbuat dari bahan baku alami seperti sayur-sayuran, buah-buahan dan lain sebagainya sangat melimpah hampir di semua daerah di Indonesia, karena pada hakikatnya Indonesia merupakan negara agraris yang mana sebagian besar masyarakatnya bertopang hidup pada hasil-hasil pertanian. Makanan ringan

berbahan dasar singkong adalah olahan makanan ringan hasil pertanian yang umumnya dijadikan makanan ringan berjenis keripik dan yang paling banyak diminati masyarakat.

Para kompetitor usaha makanan ringan saling bersaing dalam melariskan produk mereka dengan selain mengutamakan kualitas rasa, wadah atau kemasan adalah hal penting selanjutnya yang harus diperhatikan ketika membuat suatu produk. Menurut Tjiptono dalam (Syamsudin, dkk., 2015), pengemas (packaging) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (container) atau pembungkus (wrapper) untuk suatu produk [2]. Kemasan juga termasuk hal pokok dalam nilai fisik atau image suatu produk. Disebut demikian karena apabila kemasan dalam suatu produk bagus dan menarik, maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut, begitupun sebaliknya apabila kemasan kurang menarik, maka konsumen cenderung akan mengabaikan produk tersebut dan memilih untuk tidak membeli produk tersebut.

Mengenai kemasan suatu produk, terdapat studi kasus yang mana studi kasus tersebut adalah UKM home industry keripik singkong “Mbak Sum”. Dikutip dari (Kalista, dkk.), keripik singkong “Mbak Sum” berada di Dusun Krajan, Desa Ngawun, Kecamatan Parengan. Tepatnya di rumah Bapak Jumair selaku pemilik Usaha (UKM) keripik singkong “Mbak Sum”. Keripik singkong “Mbak Sum” sudah terkenal di kalangan masyarakat Parengan dan sekitarnya, dan berada di bawah binaan Pemerintah Desa Ngawun. Keripik singkong “Mbak Sum” ini menjadi salah satu ikon UKM di Desa Ngawun untuk menumbuhkan ekonomi kerakyatan [3]. Kemasan keripik singkong “Mbak Sum” masih cukup sederhana. Sehingga, demi memperluas pemasaran dan demi berkembangnya penjualan keripik singkong tersebut, maka dilakukan penelitian ini untuk membuat kemasan keripik singkong. Serta untuk mengembangkan penelitian sebelumnya yaitu penelitian milik Anggia Kalista, dkk.

Penelitian ini menggunakan metode Kansei Engineering. Dalam Mu’alim & Rachmad Hidayat (2014) Kansei Engineering adalah metode untuk memastikan bahwa suatu produk atau jasa memenuhi tanggapan yang diinginkan atau dibutuhkan dari konsumen, dengan bersumber dari pengidentifikasian kata Kansei yang merupakan langkah awal dalam metode ini dan akan menjadi tolak ukur konsep desain kemasan untuk mendapatkan elemen-elemen kemasan [4].

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Kansei Engineering. Kansei Engineering yang didasarkan pada disiplin matematika, statistik, psikologi dan rekayasa, diciptakan oleh Profesor Mitsuo Nagamachi dari Hiroshima University di tahun 1970-an, untuk memungkinkan pengukuran aspek emosional konsumen terhadap suatu produk, dan menghubungkan hasilnya untuk elemen desain produk. Kansei merupakan kesan subjektif terhadap sesuatu yang ditangkap melalui panca indera. Kansei melibatkan kepekaan, ketepatan, perasaan dan emosi yang di harmoniskan melalui lima indera; penglihatan (vision), pendengaran (hearing), penciuman (smell), perasaan (feeling), perabaan (skin sensation). Istilah kansei kemudian di terjemahkan dalam sebuah metode perkerayaan bernama Kansei Engineering.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yang memerlukan data untuk diolah. Pengumpulan data pada penelitian ini didapatkan dari wawancara, literatur jurnal terkait dan survey beberapa produk makanan ringan untuk menjadikan kemasannya sebagai referensi. Data yang telah diperoleh kemudian disusun menjadi kuesioner tertutup dengan menggunakan skala Likert yang terdiri dari 5 skala kepentingan yaitu Sangat Tidak Penting (1), Tidak Penting (2), Cukup Penting (3), Penting (4), dan Sangat Penting (5). Kuesioner disebarkan kepada 95 responden dengan total pertanyaan sebanyak 59 butir.

3. Hasil dan Pembahasan

Operasi Penyajian data diskriptif penelitian bertujuan agar dapat dilihat data profil dari responden yang telah mengisi kuesioner. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik. Karakteristik-karakteristik penelitian terdiri dari :

Tabel 1. Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Frekuensi	Total	Persentase	Total
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	41	43%	100%
		Perempuan	54	57%	
2	Usia	17 - 27	77	81%	100%
		28 - 38	8	8%	
		39 - 50	10	11%	

3	Pendidikan	SMA	2	59	3%	100%
		S1	56		95%	
		D3	1		2%	
4	Pekerjaan / Profesi	Swasta	25	36	69%	100%
		PNS	2		6%	
		Pengusaha	2		6%	
		Wirausaha	7		19%	

Karakteristik reponden yang telah mengisi kuesioner berdasarkan jenis kelamin adalah terdiri dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Jumlah pada jenis kelamin laki-laki adalah 41 orang dengan persentase 43%, sedangkan jumlah yang berjenis kelamin perempuan adalah sebanyak 54 orang dengan persentase 57%.

Karakteristik reponden yang telah mengisi kuesioner berdasarkan usia adalah terdiri dari usia 17 – 50 tahun. Jumlah pada usia 17 – 27 tahun adalah sebanyak 77 orang dengan persentase 81%, usia 28 – 38 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 8%, dan yang berusia 39 – 50 tahun adalah sebanyak 10 orang dengan persentase 11%.

Karakteristik responden yang telah mengisi kuesioner berdasarkan pendidikan adalah terdiri dari pendidikan SMA, Mahasiswa dan Sarjana (S1), serta Diploma (D3). Jumlah siswa yang masih menempuh pendidikan SMA adalah sebanyak 2 orang dengan persentase 3%, kemudian jumlah mahasiswa yang masih menempu perkuliahan dan sudah Sarjana (S1) adalah sebanyak 56 orang dengan persentase 95%, dan jumlah yang telah menyelesaikan perkuliahan Diploma (D3) adalah sebanyak 1 orang dengan persentase 2%.

Karakteristik responden yang telah mengisi kuesioner berdasarkan pekerjaan atau profesi adalah terdiri dari swasta, PNS, pengusaha dan wirausaha, Jumlah yang bekerja di swasta adalah sebanyak 25 orang dengan persentase 69%, kemudian jumlah yang bekerja di PNS adalah sebanyak 2 orang dengan persentase 6%, kemudian jumlah yang bekerja sebagai pengusaha adalah sebanyak 2 orang dengan persentase 6%, dan jumlah yang bekerja sebagai wirausaha adalah sebanyak 7 dengan persentase 19%.

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner dari masing-masing variabel. Uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini diuji dengan Microsoft Excel dan SPSS 26, hasil uji validitas ditampilkan dalam tabel berikut :

Tabel 2. Uji Validitas Data

No.	Atribut	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Terdapat <i>expired date</i>	0, 2020	0, 3433	Valid
2	Terdapat logo halal	0, 2020	0, 2195	Valid
3	Terdapat SPP-IRT	0, 2020	0, 6861	Valid
4	Terdapat merk / nama produk	0, 2020	0, 3409	Valid
5	Terdapat tanggal produksi	0, 2020	0, 2450	Valid
6	Terdapat logo produk	0, 2020	0, 3138	Valid
7	Terdapat gambar produk	0, 2020	0, 2138	Valid
8	Terdapat rasa produk	0, 2020	0, 2235	Valid
9	Terdapat gambaran bahan utama produk	0, 2020	0, 2443	Valid
10	Terdapat alamat toko	0, 2020	0, 2121	Valid
11	Terdapat nomor <i>telephone</i> pemesanan	0, 2020	0, 2313	Valid
12	Terdapat berat isi	0, 2020	0, 2858	Valid
13	Terdapat informasi sosial media	0, 2020	0, 2440	Valid
14	Ukuran kecil 250 gram	0, 2020	0, 2115	Valid
15	Ukuran sedang 500 gram	0, 2020	0, 2230	Valid
16	Bentuk minimalis	0, 2020	0, 2409	Valid
17	Bentuk simpel	0, 2020	0, 5069	Valid
18	Bentuk modern	0, 2020	0, 5398	Valid
19	Bentuk unik	0, 2020	0, 2571	Valid
20	Mudah disimpan	0, 2020	0, 2861	Valid
21	Mudah dibuka	0, 2020	0, 2699	Valid
22	Mudah dibawa	0, 2020	0, 2304	Valid
23	Bisa berdiri	0, 2020	0, 2205	Valid
24	Praktis	0, 2020	0, 2332	Valid
25	Ergonomis	0, 2020	0, 2257	Valid
26	Ringan	0, 2020	0, 2045	Valid
27	Tertutup	0, 2020	0, 2410	Valid
28	Artistik	0, 2020	0, 2667	Valid
29	Indah	0, 2020	0, 2752	Valid

30	Cantik	0, 2020	0, 3839	Valid
31	Bersih	0, 2020	0, 2396	Valid
32	Rapih	0, 2020	0, 3738	Valid
33	Estetik	0, 2020	0, 2895	Valid
34	Kreatif	0, 2020	0, 3035	Valid
35	Memiliki daya tarik	0, 2020	0, 4513	Valid
36	Mudah diingat	0, 2020	0, 3914	Valid
37	Menarik	0, 2020	0, 3925	Valid
38	Mencolok	0, 2020	0, 4108	Valid
39	Font tulisan menarik	0, 2020	0, 5658	Valid
40	Warna kemasan cerah	0, 2020	0, 2763	Valid
41	Memiliki citra yang baik	0, 2020	0, 2109	Valid
42	Modis	0, 2020	0, 2419	Valid
43	Menggunakan zipper	0, 2020	0, 2442	Valid
44	Bahan alumunium foil	0, 2020	0, 2277	Valid
45	Bahan plastik	0, 2020	0, 2655	Valid
46	Ramah lingkungan	0, 2020	0, 2151	Valid
47	Berkualitas	0, 2020	0, 2428	Valid
48	Ekonomis	0, 2020	0, 2244	Valid
49	Kedap udara	0, 2020	0, 2400	Valid
50	Tahan lama	0, 2020	0, 2476	Valid
51	Kuat	0, 2020	0, 2192	Valid
52	Mempunyai ciri khas	0, 2020	0, 5205	Valid
53	Beda dari yang lain	0, 2020	0, 5404	Valid
54	Gambar jelas	0, 2020	0, 4236	Valid
55	Gambar berkualitas	0, 2020	0, 5180	Valid
56	Variatif	0, 2020	0, 5664	Valid
57	Modern	0, 2020	0, 5793	Valid
58	Desain simpel	0, 2020	0, 4656	Valid
59	Desain menarik	0, 2020	0, 6578	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas yang ditunjukkan pada tabel 4.5 dengan membandingkan r hitung dengan r tabel sebanyak 95 responden pada umum dengan

persentase kesalahan 5% didapatkan hasil bahwa keseluruhan r hitung $> 0,202$ sehingga dapat disimpulkan keseluruhan pertanyaan yang berjumlah 59 butir dinyatakan valid.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Data

Atribut	Alpha	Keterangan
Tingkat Kepentingan	0,851	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas pada Tabel 3. terlihat bahwa nilai $\alpha > r$ tabel, sehingga dapat dikatakan reliabel, yang berarti bahwa berapa kalipun pertanyaan yang ada pada kuesioner ditanyakan pada responden akan memiliki jawaban yang relatif tidak terjadi penyimpangan yang besar atau tidak terlalu berbeda.

$$T_{\text{nilai kepentingan}} = \frac{(1 \times \dots) + (2 \times \dots) + (3 \times \dots) + (4 \times \dots) + (5 \times \dots)}{\dots} \quad (1)$$

$$\text{Persentase Tingkat Kepentingan} = \frac{\text{Total nilai kepentingan}}{\text{Nilai Maximum Tingkat Kepentingan}} \quad (2)$$

Tabel 4. Perhitungan Tingkat Kepentingan Atribut Untuk Pembuatan Kemasan

Dimensi	Atribut	Total Nilai Kepentingan	Persentase Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepentingan
INFORMATIF	Terdapat <i>expired date</i>	265	55,79	CP
	Terdapat logo halal	295	62,10	P
	Terdapat SPP-IRT	341	71,79	P
	Terdapat merk / nama produk	428	90,10	SP
	Terdapat tanggal produksi	318	66,95	P
	Terdapat logo produk	377	79,37	P
	Terdapat gambar produk	337	70,95	P
	Terdapat rasa produk	329	69,26	P
	Terdapat gambaran bahan utama produk	309	65,05	P
	Trdapat alamat toko	321	67,58	P
	Terdapat nomor <i>telephone</i> pemesanan	327	68,84	P
	Terdapat berat isi	332	69,89	P
	Terdapat informasi sosial media	319	67,16	P
	Ukuran kecil 250 gram	313	65,89	P
Ukuran sedang 500 gram	330	69,47	P	
Bentuk minimalis	339	71,37	P	

	Bentuk simpel	328	69,05	P	
	Bentuk modern	325	68,42	P	
	Bentuk unik	293	61,68	P	
BENTUK	Mudah disimpan	304	64	P	
	Mudah dibuka	336	70,74	P	
	Mudah dibawa	306	64,42	P	
	Bisa berdiri	279	58,74	CP	
	Praktis	343	72,21	P	
	Ergonomis	297	62,53	P	
	Ringan	329	69,26	P	
	Tertutup	390	82,10	SP	
	ARTISTIK	Artistik	266	56	CP
		Indah	308	64,84	P
Cantik		338	71,16	P	
Bersih		340	71,58	P	
Rapih		317	66,74	P	
Estetik		295	62,10	P	
Kreatif		308	64,84	P	
VISUAL	Memiliki daya tarik	323	68	P	
	Mudah diingat	341	71,79	P	
	Menarik	346	72,84	P	
	Mencolok	297	62,53	P	
	Font tulisan menarik	315	66,32	P	
	Warna kemasan cerah	322	67,79	P	
	Memiliki citra yang baik	328	69,05	P	
	Modis	311	65,47	P	
MATERIAL	Menggunakan <i>zipper</i>	334	70,32	P	
	Bahan aluminium foil	347	73,05	P	
DESAIN	Bahan plastik	290	61,05	P	
	Ramah lingkungan	360	75,79	P	
	Berkualitas	326	68,63	P	
	Ekonomis	331	69,68	P	
	Kedap udara	387	81,47	SP	
	Tahan lama	338	71,16	P	
	Kuat	348	73,26	P	
	INOVATIF	Mempunyai ciri khas	321	67,58	P
Beda dari yang lain		338	71,16	P	
DESAIN	Gambar jelas	337	70,95	P	
	Gambar berkualitas	326	68,63	P	
	Variatif	294	61,89	P	
	Modern	323	68	P	
	Desain simpel	329	69,26	P	
	Desain menarik	348	73,26	P	

Tabel 5. Kesimpulan Hasil Perhitungan

Tingkat Kepentingan Atribut	Persentase	Total	Indikator
STP	0 % - 20%	-	-
TP	21% - 40%	-	-
CP	41% - 60%	3	Terdapat <i>expired date</i> , bisa berdiri, artistic.
P	61% - 80%	53	Terdapat logo halal, terdapat spp-irt, terdapat tanggal produksi, terdapat logo produk, terdapat gambar produk, terdapat rasa produk, terdapat gambaran bahan utama produk, terdapat alamat toko, terdapat nomor <i>telephone</i> pemesanan, terdapat berat isi, terdapat informasi sosial media, ukuran kecil 250 gram, ukuran sedang 500 gram, bentuk minimalis, bentuk simpel, bentuk modern, bentuk unik, mudah disimpan, mudah dibuka, mudah dibawa, praktis, ergonomis, ringan, indah, cantik, bersih, rapih, estetik, kreatif, memiliki daya tarik, mudah diingat, menarik, mencolok, <i>font</i> tulisan menarik, warna kemasan cerah, memiliki citra yang baik, modis, menggunakan <i>zipper</i> , bahan alumunium foil, bahan plastic, ramah lingkungan, berkualitas, ekonomis, tahan lama, kuat, mempunyai ciri khas, beda dari yang lain, gambar jelas, gambar berkualitas, variatif, modern, desain simpel, desain menarik.
SP	81% - 100%	3	Terdapat merk / nama produk, tertutup, kedap udara.
Total	100%	59	



Gambar 1. Tampilan Kemasan Lama



Gambar 2. Tampilan Kemasan Baru Bagian Depan



Gambar 2. Tampilan Kemasan Baru Bagian Belakang

Tabel 5. Harga Pokok Produksi dan Harga Jual

I t e m	Banya k	Harg a Satu an	Jumla h
Biaya Produksi (10 Kg)			
Singkong (Kg)	10	Rp 5.000	Rp 50.000
Minyak Goreng (Liter)	5	Rp 15.000	Rp 75.000
Garam (Kg)	1	Rp 3.000	Rp 12.000

Gula (Gram)	500	Rp 7.500	Rp 7.500
Air Isi Ulang (Galon)	1	Rp 5.000	Rp 5.000
Total			Rp 149.500

Biaya Alat Produksi (Persediaan Awal)

Pengiris Singkong	1	Rp 50.000	Rp 50.000
Timbangan Manual	1	Rp 32.000	Rp 32.000
Wajan 16 inch (37,5 cm)	1	Rp 40.000	Rp 40.000
Sotil	1	Rp 7.000	Rp 7.000
Pisau	1	Rp 3.500	Rp 3.500
Total			Rp 132.500

Biaya Kemasan

Kemasan Ukuran 14 x 22 cm	70	Rp 3.050	Rp 213.000
Total			Rp 213.000

Biaya Tenaga Kerja

Upah Pribadi	70	Rp 1.000	Rp 70.000
Total			Rp 70.000

HPP 10 Kg Rp 564.100

HPP / Kg Rp 56.410

HPP 100 Gram Rp 5.641

Keuntungan 10% / 10 Kg Rp 56.410

Harga Jual / 100 Gram (HPP + Laba + Kemasan / 10) Rp 6.510

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah hasil perhitungan persentase tingkat kepentingan atribut yang ditunjukkan pada Tabel 4. diperoleh tingkat kepentingan, yaitu 3 atribut dengan tingkat kepentingan “Cukup Penting”, 53 atribut dengan tingkat kepentingan “Penting” dan 3 atribut dengan tingkat kepentingan “Sangat Penting”. Karena hasil persentase yang bernilai “Penting” adalah sebanyak 53 atribut dengan jumlah keseluruhan persentasenya adalah 3.626,7, maka jumlah dari keseluruhan persentase nilai penting dibagi dengan banyaknya atribut yang bernilai penting yaitu 53 butir atribut, sehingga ditemukan rata-rata yaitu 68,43. Jadi, atribut yang memiliki tingkat kepentingan “Cukup Penting” tidak wajib digunakan dan yang memiliki tingkat kepentingan “Sangat Penting” wajib digunakan dan demi memberi batasan atribut yang memiliki tingkat kepentingan “Penting” untuk konsep pembuatan kemasan, adalah dengan melihat persentase atribut yang memiliki nilai kepentingan “Penting”, apabila nilai persentase diatas 68,43 maka atribut wajib digunakan dan apabila berada di bawah 68,43 maka atribut tidak wajib digunakan atau sesuai kebutuhan dari perancang kemasan.

Hasil akhir pembuatan kemasan adalah kemasan dibuat dari bahan aluminium foil dikarenakan bahan tersebut tahan lama, kuat dan tahan air karena produk yang dikemas adalah produk keripik. Warna yang digunakan adalah kuning, coklat, hijau dan kuning tua. Masing-masing arti dari warna tersebut adalah warna kuning yang berarti percaya diri karena warna kuning merupakan warna yang terang sehingga dapat diartikan sebagai kepercayaan diri terhadap produk yang dibuat atau dijual. Kemudian warna selanjutnya adalah coklat yang pada kemasan ini diartikan seperti warna tanah karena singkong merupakan umbi-umbian yang berasal dari organ tumbuhan yang tumbuh di bawah atau sekitar permukaan tanah. Berikutnya adalah warna hijau yang berarti bahwa keripik singkong ini murni dibuat dari singkong alami dan tanpa MSG atau pengawet sehingga keripik singkong “Mbak Sum” ini adalah keripik singkong yang sehat. Warna yang terakhir adalah warna kuning tua yang hanya sebagai warna pendukung dari warna yang sudah ada. *Finishing* yang dipilih adalah glossy karena lebih tahan lama dibandingkan dengan *finishing doff*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Afiyah *et al.*, “Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian *Home Industry* (Studi Kasus pada

- Home Industry* Cokelat "Cozy" Kademangan Blitar)." Universitas Brawijaya Malang, 2015.
- [2] Syamsudin *et al.*, "Desain Kemasan Makanan Kub Sukarasa di Desa Wisata Organik Sukorejo Sragen." Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.
- [3] A. Kalista *et al.*, "Pembuatan Alat Pemotong Singkong dan Pisang Otomatis Guna Peningkatan Produktivitas pada UKM di Desa Ngawun Kecamatan Parengan." Universitas PGRI Ronggolawe Tuban, 2022.
- [4] Mu'alim *et al.*, "Re-Desain Kemasan dengan Metode Kansei Engineering." Universitas Trunojoyo Madura, 2014.
- [5] Syamsudin *et al.*, "Desain Kemasan Makanan Kub Sukarasa di Desa Wisata Organik Sukorejo Sragen." Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.
- [6] Syamsudin *et al.*, "Desain Kemasan Makanan Kub Sukarasa di Desa Wisata Organik Sukorejo Sragen." Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.
- [7] A. NF. Mufreni, "Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha)." Universitas Siliwangi Tasikmalaya, 2016.
- [8] Syamsudin *et al.*, "Desain Kemasan Makanan Kub Sukarasa di Desa Wisata Organik Sukorejo Sragen." Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.
- [9] Shopia *et al.*, "Teknik Pengemasan dan Labeling Produk Olahan Makanan Ringan di Desa Pematang Gajah." STIP Graha Karya Jambi, 2022.
- [10] Shopia *et al.*, "Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi terhadap Konsumen.", 2015.
- [11] R.W. Arini *et al.*, "Perancangan Desain Kemasan Makanan Khas Daerah Keripik Tike Menggunakan Pendekatan Metode *Kansei Engineering* dan Model Kano." Institut Teknologi Telkom Purwokerto, 2023.
- [12] F.K Haqqi, "Desain Layanan Home Delivery Service Menggunakan Kansei Engineering (Study pada Layanan GoFood)," Universitas Islam Indonesia, 2021.
- [13] R. Istianah, "Desain Kemasan Mochi Gulung Kiwari." Universitas Nusa Putra, 2022