

PERANCANGAN MODEL KEMASAN PRODUK BANDENG DURI LUNAK DENGAN PENDEKATAN *KANSEI ENGINEERING* DAN MODEL KANO

Jazuli^{1*}, Adelia Dini Meinarwati², Ratih Setyaningrum³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Dian Nuswantoro Semarang
Jl. Nakula I No. 5-11 Semarang 50131

*Email: jazuli@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

Penelitian ini akan membahas tentang perancangan dan pengembangan desain model kemasan bandeng duri lunak untuk meningkatkan citra produk bandeng duri lunak sebagai oleh-oleh khas dari Kota Semarang. Penelitian ini dilakukan pada sentra Industri Kecil Menengah (IKM) klaster bandeng duri lunak di kelurahan Krobokan Kota Semarang dengan jumlah 22 IKM. Penelitian dilakukan dengan mengaplikasikan konsep *Kansei Engineering* untuk mengidentifikasi suara konsumen dan modifikasi model Kano untuk pengklasifikasian faktor-faktor preferensi konsumen, serta analisis *conjoin* untuk mengetahui kombinasi antara kata-kata *Kansei* dengan elemen desain. Dari hasil analisis didapatkan konsep desain dengan spesifikasi warna yang *colorfull* (14,47%), bentuk unik menyerupai bandeng (24,23%), bahan yang kuat (25,41%), label *offset printing* (21,76%), dan gambar ilustrasi kota Semarang (14,11%). Hasil pengujian dari skenario penjualan dengan menggunakan desain kemasan yang baru berdampak positif pada citra produk Bandeng Duri Lunak khas kota Semarang.

Kata kunci: kemasan, bandeng duri lunak, *Kansei Engineering*, Model Kano

1. PENDAHULUAN

Bandeng presto sebagai oleh-oleh khas Kota Semarang sangat digemari, sehingga untuk menjaga agar produk bandeng duri lunak dapat terus bersaing maka perlu adanya inovasi untuk tetap menjaga keaslian dan keunikan dari produk tersebut agar tetap menjadi produk heritage dari Kota Semarang. Menurut Pujiyati (2011), bandeng duri lunak merupakan oleh-oleh favorit yang dibeli oleh wisatawan di Kota Semarang dengan prosentase sebesar 37% dibandingkan dengan oleh-oleh lain seperti wingko babat dengan prosentase sebesar 34%, Lunpia dengan prosentase 27% serta blanggem 2%. Produsen bandeng duri lunak tersebut rata-rata adalah industri kecil menengah yang berada di Kota Semarang tersebut mempunyai kelemahan yang mengakibatkan produk industri mikro stagnan, salah satunya adalah sisi desain kemasan. Selera atau preferensi dari pasar merupakan salah satu hal yang sangat penting penunjang daya beli masyarakat. Selera orang kota dengan desa bisa berbeda. Hal ini bukan menyatakan bahwa selera "*kampung*" tetapi lebih pada kenyataan bahwa UKM belum memahami pentingnya desain kemasan untuk menjawab "selera pasar" (Natadja, 2007). Perkembangan teknologi telah merubah fungsi kemasan bukan sekedar kemasan melindungi apa yang dijual tetapi kemasan menjual apa yang dilindungi." (Kartajaya, 1996). Identifikasi awal terhadap 30 konsumen yang dilakukan secara acak tentang tingkat kepentingan terhadap produk bandeng presto didapatkan bahwa peringkat pertama dari kepuasan mengkonsumsi produk bandeng duri lunak dengan prosentase sebesar 20,3 %, kemasan berada pada peringkat kedua dengan prosentase sebesar 19,2 %, peringkat ketiga yaitu daya tahan produk sebesar 14,7 % dan merk/brand sebesar 11,7%. Hal ini menjadi bukti bahwa kemasan menjadi salah satu bentuk daya tarik sendiri bagi konsumen.

Model *Kano* merupakan salah satu metode untuk mengklasifikasi faktor desain agar sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen terhadap desain kemasan produk bandeng duri lunak. Model *Kano* dapat memberikan informasi tambahan mengenai faktor yang non-linear (*Kano*, 1984), sehingga IKM bandeng duri lunak dapat menentukan faktor yang menjadi prioritas untuk dikembangkan lebih lanjut guna menentukan desain kemasan produk bandeng duri lunak. Identifikasi kebutuhan konsumen tentang kemasan produk secara ergonomis dan psikologis untuk mendapatkan karakteristik dari desain produk berdasarkan keinginan konsumen maka penelitian yang dilakukan akan menggunakan model *Kano* yang diintegrasikan dengan *Kansei engineering* (Wisnu, 2012).

2. METODOLOGI PENELITIAN

UKM “Bandeng Duri Lunak” atau Bandeng Presto *New Istichomah* berdiri sejak tahun 1996. UKM ini merupakan Ketua dari beberapa UKM yang ada di bawah binaan dari Disperindag, Dinas UKM, Dinas KKP. UKM ini terletak di Jl. Dworowati VI Rt. 01 Rw. 09, Krobokan Semarang Barat Jawa Tengah. Anggota UKM “Bandeng Duri Lunak” di Krobokan saat ini sebanyak 15 pengusaha kecil atau unit usaha. Berdasarkan data tahun 2009, tiap unit usaha bandeng presto mengolah bandeng mentah antara 600 kg hingga 5.100 kg bandeng mentah per bulan, dengan jumlah mencapai 29.100 kg per bulan. Penyusunan kuisisioner merupakan hal pokok untuk pengumpulan data. Tujuan pokok penyusunan kuisisioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survei dan untuk memperoleh informasi dengan validitas dan reliabilitas setinggi mungkin. Setelah mengidentifikasi kebutuhan konsumen maka dilakukan penyusunan kuisisioner dari hasil wawancara dan penentuan responden untuk menjawab kuisisioner.

Penyusunan kuisisioner dilakukan melalui tiga tahapan yaitu tahap awal untuk mengetahui kebutuhan kemasan konsumen, lalu kuisisioner *Kansei engineering*. Teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada narasumber. Sedangkan daftar pertanyaan yang diberikan adalah dalam bentuk angket dengan pilihan jawaban yang di tiap poin nya memiliki tingkat kepentingan yang berbeda. Guna menentukan tingkat kepuasan konsumen, kuisisioner menggunakan skala likert, untuk kuisisioner *Kansei* menggunakan SD I dan SD II.

Penelitian ini dimulai dengan menggunakan metode *Kansei Engineering* untuk menangkap dan menerjemahkan persepsi konsumen (kata *Kansei*) menjadi elemen desain kemasan bandeng duri lunak. Dengan mengumpulkan kata *Kansei* yang berkaitan dengan produk yang akan diteliti. Dalam *Kansei engineering system* tersusun ada 3 subsistem antara lain: *Kansei Analysis*, *Kansei Inference* dan *Kansei Presentation*. Subsistem pertama adalah mengumpulkan kata-kata *Kansei* yang sesuai dengan produk. *Semantic Deferential (SD) Evaluation I* digunakan untuk menangkap *Kansei* (perasaan atau citra) konsumen terhadap produk ke dalam data numerik. Untuk memudahkan desainer untuk menangkap preferensi yang diberikan oleh konsumen melalui kata-kata *Kansei* tersebut, analisis faktor digunakan untuk mereduksi kata-kata *Kansei* menjadi jumlah yang lebih sedikit dengan memanfaatkan hubungan antar variabel. *SD Evaluation II* digunakan untuk memberikan penilaian antara item dan kategori desain dikaitkan dengan kata-kata *Kansei*.

Selanjutnya diklasifikasikan menggunakan Model *Kano* untuk mengetahui kata *Kansei* yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan akan menjadi prioritas untuk pengembangan lebih lanjut, kemudian dilakukan Analisis Konjoin untuk mengetahui hubungan antara kata *Kansei* dan elemen desain kemasan, sehingga diketahui kombinasi elemen desain kemasan yang diinginkan oleh konsumen.

Analisa hasil dari persebaran kuisisioner *Kansei engineering* dan model *Kano*. Dalam penerapan *Kansei engineering* melalui penyebaran kuisisioner berskala dan semantik diferensial (SD) yang berisi kata *Kansei* terkait sifat dan fungsi, dan kata evaluasi global desain kemasan serta sampel stimuli dengan bahan, bentuk, warna, ukuran, layout dan ilustrasi yang berbeda-beda. Dalam Model *Kano*, nilai korelasi spearman digunakan untuk mengidentifikasi secara tidak langsung ketika konsumen mempertimbangkan sebuah atribut desain untuk dimunculkan (bernilai positif) atau ditiadakan (bernilai negatif) dalam desain kemasan bandeng duri lunak. Analisis konjoin secara spesifik digunakan untuk memahami bagaimana keinginan atau preferensi konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai kepentingan relatif berbagai atribut suatu produk (Riskinandini, 2006). Menurut Murti (2002), Analisis konjoin merupakan sebuah metode multivariat yang unik karena peneliti mula-mula merancang suatu produk hipotesis dengan cara memadukan semua kemungkinan atribut dan masing-masing tingkat atribut produk tersebut. Model dasar analisis konjoin yang dirumuskan secara sistematis sebagai berikut (Riskinandini, 2006)

$$\mu(x) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} a_{ij} x_{ij} \quad (1)$$

Dimana:

$\mu(x)$ = seluruh utility dari suatu alternatif

a_{ij} = sumbangan utility yang terkait dengan level j

(j,j) = 1,2,.....,k) dari atribut ke 1 (i, i = 1,2,....m)

ki = banyaknya level atribut i

m = banyaknya atribut

x = 1 jika level ke j dari atribut 1 terjadi, 0 jika tidak

Penerapan Analisis Konjoin digunakan untuk mengetahui hubungan antara elemen desain (bahan, bentuk, label, warna dan asesoris) dengan kata *Kansei* yang ada pada faktor baru yang terpilih. Input yang digunakan dalam analisis konjoin adalah nilai rata-rata setiap *Kansei word* pada setiap sampel stimuli dan *card design*. Adapun kata *Kansei* yang digunakan adalah kata *Kansei* yang terhimpun dalam faktor baru yang berada dalam linear atribut Model *Kano*, dimana komponen tersebut merupakan atribut yang disukai dan diharapkan oleh konsumen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengumpulan *Kansei Word*

Langkah awal penentuan *Kansei word* yaitu dimulai dengan penyebaran kuisisioner terbuka dari penulis kepada responden yaitu para konsumen bandeng duri lunak di Kota Semarang selain itu penulis juga melakukan studi literatur mengenai *Kansei word* yang hasilnya memunculkan kuisisioner *Kansei* sebanyak 35 kata, dimana kata nomor 1-35 merupakan hasil kuisisioner terbuka dan kata nomor 30-35 seperti ditunjukkan dalam Table 1.

Table 1. Kata *Kansei* Awal

NO	KATA KANSEI	NO	KATA KANSEI	NO	KATA KANSEI
1	Kuat	13	Mudah dibawa	25	Murah
2	Mudah diingat	14	Uptodate, modis	26	Kemasan kualitas tinggi
3	Warna cerah	15	Aman	27	Efisien, hemat tempat
4	Ergonomis	16	Bagus	28	Bahan recycle
5	Corak beragam	17	Berdaya jual	29	membentuk rangkaian
6	Eye catching, mencolok	18	Menarik	30	Eksklusif, bergengsi
7	Tahan lama	19	Unik	31	Aesthetic, indah
8	Elegan	20	Ber karakter	32	Mempesona, memikat
9	Simple	21	Informatif	33	Teratur, seimbang
10	Komunikatif	22	Ramah lingkungan	34	Kontras, serasi
11	Tidak monoton	23	Kemasan dapat dire-use	35	Praktis
12	Inovatif, kreatif	24	Multifungsi		

3.2 Uji validitas

Setelah melakukan penyebaran kuisisioner maka langkah selanjutnya yaitu menguji validitas dari *Kansei word*. Data dinyatakan valid jika *Kansei word* yang diuji dalam kuisisioner dapat merepresentasikan atau menggambarkan citra kemasan. Data dinyatakan valid apabila nilai r hitung $\geq r$ tabel. Berdasarkan jumlah responden yaitu sebanyak 54 responden maka didapatkan nilai r tabel, dimana nilai r tabel didapatkan dari perhitungan *degree of freedom* (df) yaitu N-2 sehingga df = 54-2 yaitu 52 sehingga didapatkan nilai r tabel sebesar 0,2681. Berikut merupakan hasil dari uji validitas *Kansei word* pada iterasi pertama yang direkap pada Tabel 2.

Table 2. Uji Validitas Kata *Kansei* Awal

NO	<i>Kansei word</i>	r hitung	Keterangan	NO	<i>Kansei word</i>	r hitung	Keterangan
1	Kuat	0.403	Valid	19	Unik	0.508	Valid
2	Mudah diingat	0.356	Valid	20	Ber karakter	0.431	Valid
3	Warna cerah	0.267	Tidak Valid	21	Informatif	0.605	Valid
4	Ergonomis	0.445	Valid	22	Ramah lingkungan	0.399	Valid
5	Corak beragam	0.149	Tidak Valid	23	Kemasan dapat dire-use	0.089	Tidak Valid
6	Eye catching, mencolok	0.251	Tidak Valid	24	Multifungsi	0.183	Tidak Valid
7	Tahan lama	0.115	Tidak Valid	25	Murah	0.209	Tidak Valid
8	Elegan	0.231	Tidak Valid	26	Kemasan kualitas tinggi	0.321	Tidak Valid
9	Simple	0.262	Tidak Valid	27	Efisien, hemat tempat	0.36	Valid
10	Komunikatif	0.373	Valid	28	Bahan recycle	0.43	Valid
11	Tidak monoton	0.412	Valid	29	membentuk rangkaian	0.311	Valid
12	Inovatif, kreatif	0.521	Valid	30	Eksklusif, bergengsi	0.123	Tidak Valid
13	Mudah dibawa	0.553	Valid	31	Aesthetic	0.267	Tidak Valid
14	Uptodate, modis	0.618	Valid	32	Mempesona, memikat	0.066	Tidak Valid
15	Aman	0.539	Valid	33	Teratur, seimbang	0.108	Tidak Valid
16	Bagus	0.356	Valid	34	Kontras, serasi	0.228	Tidak Valid
17	Berdaya jual	0.365	Valid	35	Praktis	0.459	Valid
18	Menarik	0.485	Valid				

Dari Tabel 2 tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat 13 kata *Kansei* yang tidak valid sehingga untuk tahapan selanjutnya hanya tinggal 20 kata *Kansei* yang akan digunakan.

3.3 Penentuan Komponen *Kansei Word*

Dalam analisis komponen utama pada analisis faktor digunakan teknik *Principle Component Analysis* (PCA) yang merupakan suatu teknik analisis faktor di mana beberapa faktor yang akan terbentuk berupa variabel laten yang belum dapat ditentukan sebelum analisis dilakukan. Teknik ini digunakan untuk mereduksi data dari variabel awal menjadi variabel baru atau faktor yang jumlahnya lebih kecil dari pada variabel awal. Proses analisis ini mencoba untuk menemukan hubungan antar-variabel baru atau faktor yang terbentuk yang saling independen sesamanya, sehingga dapat dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel laten atau faktor yang lebih sedikit dari variabel awal yang tidak berkorelasi sesamanya yang ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks Komponen Faktor Baru

<i>Kansei Word</i>	Component					<i>Kansei Word</i>	Component				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Kuat	0.513	-0.48	-0.214	-0.012	-0.247	Berdaya jual	0.437	0.03	-0.54	0.395	0.055
Mudah diingat	0.572	-0.415	-0.167	-0.456	0.277	Menarik	0.643	0.542	0.203	0.243	0.04
Ergonomis	0.545	-0.198	0.399	0.032	0.131	Unik	0.63	0.507	-0.117	-0.197	0.032
Komunikatif	0.463	-0.255	0.588	-0.147	0.05	Berkarakter	0.65	-0.355	-0.171	-0.044	0.469
Tidak monoton	0.407	-0.472	0.265	0.262	-0.062	Informatif	0.768	0.19	0.044	-0.245	-0.117
Inovatif, kreatif	0.674	-0.443	-0.193	-0.145	-0.189	Ramah lingkungan	0.493	0.461	0.012	0.183	-0.456
Mudah dibawa	0.499	-0.131	0.479	0.276	0.026	Efisien, hemat tempat	0.545	0.503	0.056	-0.379	0.02
Uptodate, modis	0.782	0.248	0.006	-0.126	0.207	Bahan recycle	0.355	0.191	0.547	0.288	0.031
Aman	0.67	-0.229	-0.303	0.355	-0.309	Konstruksi kemasan bentuk rangkaian	0.353	0.514	-0.273	-0.171	-0.016
Bagus	0.394	0.111	-0.343	0.527	0.442	Praktis	0.546	-0.302	-0.083	-0.164	-0.351

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Penentuan komponen baru yaitu apabila *Kansei word* bernilai lebih dari 0,5 pada komponen tersebut dan tidak berada lebih dari satu komponen, maka *Kansei word* masuk ke dalam komponen yang bersangkutan. Namun menurut ketentuan metode ekstraksi PCA, karena antara komponen faktor satu dan komponen faktor dua terdapat nilai-nilai dalam satu variabel pengukuran yang $\geq 0,5$ pada kedua faktor maka analisis faktor harus diulang dan dilakukan rotasi faktor dengan metode *varimax* atau metode lain sampai tidak terdapat nilai-nilai komponen bersama yang $\geq 0,5$ pada dua komponen faktor atau lebih. Rotasi faktor dengan metode *Varimax with Kaiser Normalization* dilakukan dan menghasilkan pengelompokan faktor baru yang terbentuk dengan ketentuan metode ekstraksi yang telah sesuai dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Rotasi Matriks Faktor Baru

<i>Kansei Word</i>	Component					<i>Kansei Word</i>	Component				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Kuat	-0.009	0.744	0.097	0.117	0.157	Berdaya jual	0.182	0.321	-0.104	0.704	-0.017
Mudah diingat	0.204	0.463	0.073	-0.005	0.742	Menarik	0.672	-0.045	0.468	0.317	-0.19
Ergonomis	0.139	0.212	0.627	0.017	0.238	Unik	0.816	0.096	0.066	0.151	0.07
Komunikatif	0.101	0.201	0.68	-0.265	0.254	Berkarakter	0.144	0.338	0.254	0.393	0.667
Tidak monoton	-0.204	0.418	0.544	0.115	0.076	Informatif	0.682	0.384	0.27	-0.004	0.128
Inovatif, kreatif	0.156	0.781	0.147	0.083	0.285	Ramah lingkungan	0.577	0.257	0.176	0.132	-0.5
Mudah dibawa	0.072	0.169	0.726	0.104	-0.006	Efisien, hemat tempat	0.814	0.021	0.106	-0.096	0.118
Uptodate, modis	0.681	0.181	0.315	0.232	0.287	Bahan recycle	0.208	-0.109	0.674	0.063	-0.177
Aman	0.146	0.727	0.174	0.467	-0.129	Konstruksi kemasan bentuk rangkaian	0.66	0.012	-0.186	0.149	-0.025
Bagus	0.14	-0.031	0.114	0.841	0.135	Praktis	0.186	0.695	0.131	-0.073	0.08

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Dari rotasi faktor maka didapatkan 5 komponen baru dimana komponen 1 terdapat 7 *Kansei word* yaitu uptodate-modis, menarik, unik, informatif, ramah lingkungan, efisien - hemat tempat dan konstruksi kemasan berbentuk rangkaian. Komponen 2 terdapat 4 *Kansei word* yang terdiri dari kuat, inovatif - kreatif, aman dan praktis. Komponen 3 terdapat 5 *Kansei word* yaitu ergonomis, komunikatif, tidak monoton, mudah dibawa dan bahan *recycle*. Sedangkan komponen 4

dan 5 terdapat masing-masing 2 *Kansei word* dimana komponen 4 terdiri dari *Kansei word* bagus dan berdaya jual, komponen 5 terdiri dari *Kansei word* mudah diingat dan berkarakter.

3.3 Penentuan Item dan Kategori

Pengkategorian item elemen desain ini didasarkan pada hasil penelitian kemasan bandeng duri lunak yang sudah ada dan penambahan satu elemen ilustrasi sesuai dengan keinginan konsumen yaitu dengan adanya ilustrasi khas semarang. Elemen dasar dan kategori tiap elemen atau item dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5 Elemen Desain dan Kategori Redesain Kemasan

NO	ITEM	NO	KATEGORI	NOTASI
1	Warna	1	Polos	X11
		2	Transparan	X12
		3	<i>Colorfull</i>	X13
2	Bentuk	1	Ikan	X21
		2	Kotak	X22
		3	Bantal	X23
3	Bahan	1	<i>Art karton</i>	X31
		2	Plastik	X32
		3	<i>Sterofeam</i>	X33
4	Label	1	<i>card paper</i>	X41
		2	<i>digital printing</i>	X42
		3	<i>offset printing</i>	X43
5	Ilustrasi	1	Bandeng	X51
		2	Khas Semarang	X52
		3	<i>no-ilustration</i>	X53

3.4 Pemetaan Dalam Model *Kano*

Dalam penelitian ini, atribut desain adalah komponen 1, 2, 3, 4 dan komponen 5. Data yang digunakan untuk perhitungan nilai korelasi faktor adalah data rata-rata *Kansei word* dalam faktor baru yang terbentuk dari analisis sebelumnya, yaitu komponen 1, 2, 3, 4 dan komponen 5, yang dapat dilihat pada tabel 5. Perhitungan korelasi faktor ini dilakukan dengan menggunakan nilai evaluasi kuesioner oleh responden yang dibagi menjadi dua kategori yaitu jawaban positif dan negatif seperti ditunjukkan dalam Tabel 6.

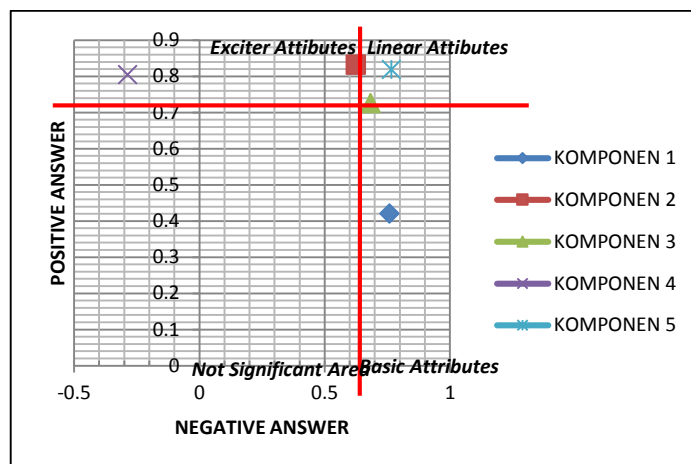
Tabel 6. Tabel Output Korelasi 5 Komponen Terhadap Y (Evaluasi Global)

	KOMPONEN	POSITIF	NEGATIF
		ANSWER	ANSWER
1	Correlation Coefficient	.421*	.758**
	Sig. (2-tailed)	0.012	0.000
	N	35	19
2	Correlation Coefficient	.833**	0.624
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.073
	N	45	9
3	Correlation Coefficient	.726**	.683*
	Sig. (2-tailed)	0	0.029
	N	44	10
4	Correlation Coefficient	.805**	-0.287
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.64
	N	49	5
5	Correlation Coefficient	.819**	.766**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.001
	N	38	16
	JUMLAH	3.604	2.544
	RATA-RATA	0.7208	0.5088

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dengan menggunakan sumbu positif dan negatif maka dapat digunakan sebagai data untuk menggambarkan dan memetakan kepuasan konsumen terhadap kemasan dengan menggunakan diagram *Kano*. Seperti yang terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pemetaan Komponen Dalam Diagram Kano Modifikasi

3.5 Analisis Hasil Conjoint

Analisis *conjoint* digunakan untuk mengetahui hubungan antara elemen desain dengan *Kansei word* sesuai dengan hasil kuisioner kedua. Data input untuk Analisis conjoint yaitu data rata-rata *Kansei word* pada tiap desain stimuli. Hasil perhitungan analisis conjoint yang telah dilakukan, diketahui deviasi setiap *Kansei word* pada setiap sample yang ada. Kategori yang terpilih pada tiap elemen desain yaitu merupakan kategori dengan nilai *utility* positif yang berada pada kutub positif dari *Kansei word*, sedangkan nilai negatif pada kutub negatif *Kansei word* otomatis tidak terpilih. Apabila ada lebih dari satu kategori pada satu elemen desain yang bernilai positif maka nilai *utility* tertinggi yang dipilih. Hasil rekap dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Rangkuman Output Utilitas Positif Setiap Kansei Word

Kode	Kansei Word	UTILITY				
		Warna	Bentuk	Bahan	Label	Ilustrasi
101	Uptodate, modis	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Bandeng
102	Menarik	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Bandeng
103	Unik	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Bandeng
104	Informatif	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Khas Semarang
105	Ramah lingkungan	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Khas Semarang
106	Efisien, hemat tempat	Colorfull	Kotak	Art karton	offset printing	no-illustration
107	Membentuk rangkaian	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Khas Semarang
108	Kuat	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Khas Semarang
109	Inovatif, kreatif	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Bandeng
110	Aman	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Bandeng
111	Praktis	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Khas Semarang
112	Ergonomis	Polos	Ikan	Bantal	offset printing	no-illustration
113	Komunikatif	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Khas Semarang
114	Tidak monoton	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Bandeng
115	Mudah dibawa	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	no-illustration
116	Bahan recycle	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Khas Semarang
117	Bagus	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Khas Semarang
118	Berdaya jual	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Khas Semarang
119	Mudah diingat	Transparan	Ikan	Art karton	offset printing	Khas Semarang
120	Berkarakter	Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Bandeng
OVERALL SUMMARY		Colorfull	Ikan	Art karton	offset printing	Khas Semarang

Dengan melihat tabel diatas maka desain final dari *output utilitas* yang telah dirangkum dari *Kansei word* positif yaitu kemasan dengan warna desain yang *colorfull* yang memiliki bentuk ikan dengan bahan material yang terbuat dari *art karton* dan label dengan model *offset printing* serta ilustrasi desain kemasan bertema khas Semarang.

3.6 Redesain Model Kemasan

Redesain *brand*, penulis dasarkan pada permintaan mitra dan juga mencirikan khas semarang dengan lambang huruf I pada brand *New Istichomah* digantikan dengan tugu muda yang didesain dengan memberikan teknik ilustrasi dan juga tulisan *istichomah* dibuat dengan memberikan efek tulisan jawa. Desain wisata kuliner semarang penulis berikan dengan melambangkan ikan bandeng yang memakai blangkon (penutup kepala khas jawa). Hal ini bertujuan agar tercermin bahwa bandeng duri lunak merupakan salah satu khas semarang yang dapat menjadi pilihan wisata kuliner bagi pengunjung kota Semarang. Desain bandeng duri lunak dengan bandeng yang berbentuk melengkung (lunak) penulis berikan sebagai lambang khas dari produk UKM *New Istichomah* seperti ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Desain Model Branding Kemasan

Dari model tersebut dan berdasarkan hasil pengolahan data analisis diatas maka berhasil dibuat model desain kemasan yang mengadopsi keinginan konsumen seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Desain Model Kemasan Bandeng Duri Lunak

4. KESIMPULAN

Kemasan yang diinginkan oleh konsumen yaitu kemasan berkualitas yang kemasan juga harus kuat, inovatif - kreatif, aman dan praktis dimana keempat *Kansei* word tersebut merupakan *Kansei* word dengan nilai korelasi tertinggi. Selain itu elemen desain dari kemasan menghasilkan kemasan yang diinginkan konsumen memiliki warna yang *colorfull*, berbentuk ikan, berbahan *art* karton dengan label desain *offset printing* dan ilustrasi bertema khas semarang.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Kartajaya, Hermawan. 1996. *Marketing Is Bullshit*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Kano, N., Seraku. dkk. 1984. *Attractive Quality and Must-be Quality*. The Journal of the Japanese Society for Quality Control, 39-48.
- Natadjaja, Listiya, dkk. 2007. *Kondisi Desain Kemasan Produk Makanan Ringan Dan Minuman Instant Pada Industri Kecil Skala Rumah Tangga (Micro Industry) Di Kabupaten Kediri*. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Murti, B, 2002. *Penerapan Analisis Konjoin Untuk Kebijakan Asuransi Kesehatan*. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, Vol. 5/No.01/2002. Surakarta
- Pujiyanti, dkk. 2011. *Studi Potensi Wisata Makanan (Food Tourism) Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Riskinandini, R., 2006. *Kajian Analisis Konjoin dan Penerapannya Pada Preferensi Mahasiswa Tingkat Akhir IPB Terhadap Pekerjaan*. Institut Pertanian Bogor.
- Wisnu S, Fery. 2012. *Perancangan Kursi dan Meja Ruang Tamu Berbasis Kearifan Lokal Dengan Metode Kansei Engineering Dalam Upaya Peningkatan Nilai Ekonomis Produk Rotan Di Desa Trangsan*. Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.