

REDESIGN KEMASAN PRODUK TERASI MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)

Nurlaila Handayani¹, Yusri Nadya², Siti Fatimah Zuhra³
Program Studi Teknik Industri - Universitas Samudra
Email: Nurlaila.handayani1984@gmail.com

Abstrak

Masalah didalam penelitian ini adalah masih belum ergonomisnya pengemasan produk trasi yang ada di UKM tersebut karena hanya menggunakan kemasan plastik jadi masih tercium bau trasinya. Tujuan dari penelitian ini untuk merancang usulan perbaikan desain kemasan terasi dengan metode *Quality Function Deployment* agar lebih aman, efisien, serta menarik minat konsumen. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD) didapatkan hasil 12 karakteristik diantaranya kemasan mencantumkan komposisi produk, keterangan tanggal kadaluarsa produk, kombinasi warna, berat bersih produk, label halal, berbentuk standing pouch, aluminium foil, desain dicetak langsung, sesuai isi dan berat produk, logo yang menarik, alamat produsen, tata letak tulisan pada logo sesuai. Perbandingan dengan desain lama yang mana dengan menggunakan kemasan baru harga dari produk terasi Rp. 10.000 dan kemasan lama Rp. 7.500 meningkat Rp. 2.500, kenaikan tersebut berdasarkan hasil dari bahan pembuatan kemasan menggunakan aluminium foil tetapi kemasan lebih menarik minat konsumen.

Kata Kunci : *Desain Ulang Kemasan, Quality Function Deployment, House Of Quality (HOQ)*

LATAR BELAKANG

Kemasan berperan besar terhadap promosi sebuah produk, dan desain kemasan yang menarik bisa membuat persepsi yang berbeda atas sebuah produk yang nantinya akan berujung pada pembelian dan dapat memperoleh kesuksesan dalam penjualan. Oleh karena itu menjadi dasar utama pemikiran peneliti untuk merancang usulan perbaikan desain kemasan Terasi yang lebih aman dan efisien. Pada umumnya bentuk terasi berupa padatan, kemudian teksturnya agak kasar, dan memiliki khas aroma yang tajam akan tetapi rasanya gurih. Terasi merupakan suatu produk hasil fermentasi ikan atau udang yang hanya mengalami perlakuan penggaraman tanpa diikuti dengan penambahan asam, kemudian dibiarkan beberapa saat agar terjadi proses fermentasi (Afrianto dan Liviawaty 2005). UKM Terasi ini untuk saat ini hanya dipasarkan di toko-toko dan warung di sekitar rumah produksi saja. Fokus target pasar untuk UKM ini bukan hanya di kalangan menengah ke bawah tapi juga pada kalangan menengah ke atas. UKM ingin memperluas pasar dengan target penjualan kepada wisatawan lokal yang hendak berkunjung ke Langsa dan kepada masyarakat sekitar Langsa. Dalam menunjang hal tersebut, UKM masih belum bisa meningkatkan standar dari segi kualitas produk pengemasan karena kemasan yang dipakai masih menggunakan plastik dengan desain yang simpel. Mengamati produk makanan yang beredar di pasaran saat ini memang jauh lebih bervariasi dan memiliki daya saing yang cukup tinggi, untuk itu, diperlukan usaha untuk menghadapi

persaingan tersebut dengan salah satu caranya adalah dengan mendesain kemasan terasi (*packaging*). Terasi buatan UKM tersebut selain dijual dipasar juga dijual untuk memenuhi oleh-oleh konsumen ketika berada dilangsa, maka dari itu untuk memenuhi kebutuhan konsumen juga untuk menarik minat konsumen yang ingin membeli terasi untuk oleh-oleh diperlukan kemasan yang berbahan yang tidak mudah teroksidasi.

- **Perumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menentukan karakteristik teknis yang diprioritaskan dalam merancang desain ulang kemasan produk terasi UKM Terasi Cap Jempol Bang Agam.
2. Bagaimana menentukan desain ulang kemasan terasi UKM Terasi Cap Jempol Bang Agam untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

- **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Menentukan karakteristik teknis yang diprioritaskan dalam merancang desain ulang kemasan produk terasi UKM Terasi Cap Jempol Bang Agam.
2. Menentukan desain ulang kemasan terasi UKM Terasi Cap Jempol Bang Agam untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

- **Desain Kemasan**

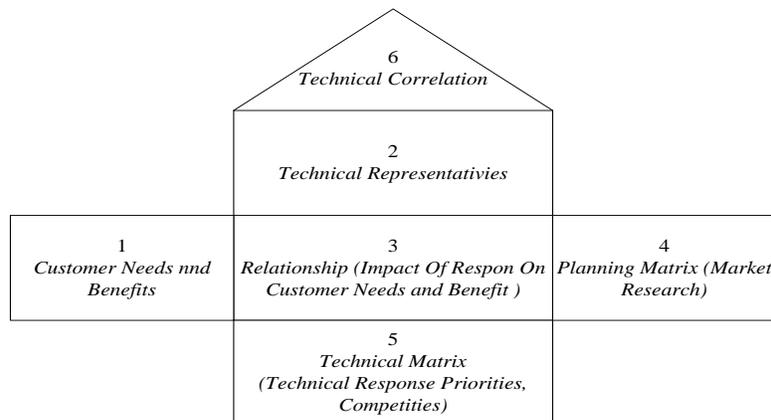
Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Desain kemasan berlaku untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengelarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk dipasar (Klimchuk dan Krasovec 2006). Pengemasan merupakan kegiatan mendesain dan memproduksi wadah atau pembungkus produk (Kotler dan Armstrong 2007) . Fungsi kemasan lebih dari fungsi teknis . Kemasan justru harus berfungsi sebagai “*Ambasador*” atau “Duta Besar” yang mewakili total konsep suatu kemasan (Natadjaja 2002). Kotler dan Armstrong (2001) Sudah menjadi kebiasaan lama, fungsi utama pembungkus adalah untuk memuat dan melindungi produk. Saat ini, banyak faktor yang membuat kemasan menjadi alat pemasaran yang penting (Kotler dan Armstrong 2001).

- **Quality Function Deployment (QFD)**

QFD adalah suatu sistem untuk mendesain sebuah produk atau jasa yang berdasarkan permintaan pelanggan, dengan melibatkan partisipasi fungsi-fungsi yang terdapat dalam organisasi tertentu (Oakland J.S 1995).

1. **Quality Function Deployment (QFD) - The House Of Quality (HOQ)**

Struktur dasar QFD meliputi matrik yang kadangkala disertai dengan tabel kualitas. Yang pertama dari matrik tersebut adalah yang disebut “rumah mutu” (*House Of Quality*) yang merupakan alat pokok yang digunakan dalam QFD. *House Of Quality (HOQ)* adalah *framework* atas pendekatan dalam mendesain manajemen yang lebih dikenal sebagai *Quality Function Deployment (QFD)*. HOQ merupakan suatu matriks yang tergabung dalam fase pertama (perencanaan produk), yang berisi informasi tentang konsumen dan kebutuhan potensial lainnya, kepentingan relatif diantara kebutuhan-kebutuhan tersebut, serta persepsi dan kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang diberikan perusahaan, dibandingkan dengan kompetitor lainnya (Daetz, 1995). Secara lengkap *House Of Quality* dapat dilihat dalam gambar 2.1.



Gambar 1. House Of Quality

- **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Untuk penentuan sampling memakai Sampling insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan insidental bertemu dengan peenliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono 2010).

METODOLOGI PENELITIAN

- **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di UKM Terasi Cap Jempol Bang Agam yang beralamat di Desa Simpang Lhee Terminal Baru, Kota Langsa.

- **Objek Penelitian**

Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:
Data Kemasan Produk UKM Terasi.

- **Pengolahan Data**

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

HASIL DAN PEMBAHASAN

- **HASIL**

1. Pengolahan Data QFD-HOQ Iterasi 1

Adapun langkah-langkah yang harus ditentukan untuk membangun *House of quality* (HOQ) pada iterasi 1, sebagai berikut :

a. Menghitung nilai tingkat kepentingan

Untuk menentukan nilai dari tingkat kepentingan konsumen diambil dari pengambilan dan penyebaran kuesioner kepada responden yang berjumlah 30 orang. Responden dipilih menggunakan teknik sampling insidental atau memilih responden yang mana dipilih karna layak untuk dijadikan responden. Adapun data yang dilakukan hasil pengamatan dan pengambilan kuesioner dari 30 responden untuk menentukan nilai skor dapat dilihat Pada Tabel 1.

Tabel 1. Penentuan Nilai Tingkat Kepentingan (Skor)

Kode	Karakteristik Teknis	Total Skor
A1	Kemasan menggunakan warna yang sesuai dengan karakteristik produk	4,67
A2	Kemasan menggunakan warna yang menarik (merah, kuning)	4,80

Kode	Karakteristik Teknis	Total Skor
A3	Kemasan menggunakan kombinasi warna	4,70
A4	Kemasan menggunakan warna yang cerah	4,60
A5	Kemasan menggunakan aluminium foil	4,77
A6	Kemasan menggunakan kaleng	4,30
A7	Kemasan menggunakan palstik	4,27
A8	Kemasan sesuai dengan isi dan berat produk	4,37
A9	Ketersediaan varian ukuran	4,00
A10	Kemasan memiliki bentuk yang sesuai dengan produk	4,77
A11	Kemasan memiliki bentuk yang khas (kotak, tabung, standing pouch)	4,87
A12	Posisi logo mudah dibaca	4,60
A13	Font merek/logo mudah dibaca	4,57
A14	Kemasan menggunakan logo yang menarik	4,30
A15	Tata letak tulisan pada logo serta keterangan lainnya yang sesuai agar mudah dibaca	4,67
A16	Desain kemasan dicetak langsung	4,63
A17	Desain kemasan dicetak menggunakan stiker	3,67
A18	Kemasan mencantumkan alamat produsen	4,53
A19	Kemasan mencantumkan berat bersih produk	4,93
A20	Kemasan mencantumkan label halal	4,90

Kode	Karakteristik Teknis	Total Skor
A21	Kemasan mencantumkan <i>barcode</i> produk	4,30
A22	Kemasan mencantumkan BPOM	4,27
A23	Kemasan mencantumkan keterangan tanggal kadaluarsa produk	4,97
A24	Kemasan mencantumkan keterangan komposisi produk	5,00

- b. Menghitung nilai *Current Satisfaction Performance (CSP)*
 Perhitungan dari nilai *Current Satisfaction Performance (CSP)* di dapat dari penentuan karakteristik yang digunakan untuk menghitung nilai dari *Improvement Ratio*
- c. Penentuan nilai *Goal*

Penentuan nilai *Goal* yang ingin dicapai harus mempertimbangkan situasi dan kondisi perusahaan saat ini. Yang mana peneliti menentukan bahwa dari angka penentuan Skala pengukuran peneliti menentukan setiap karakteristik teknis dengan angka 1-5, pada penelitian ini diambil wawancara hanya pada pemulik perusahaan dalam mengembangkan desain kemasan Usaha Kecil Menengah Terasi. Contoh perhitungan diambil dari perhitungan kemasan menggunakan warna yang sesuai dengan karakteristik produk dengan rumus pada indeks 4.1 sebagai berikut :

$$IR = \frac{\textit{Goal}}{\textit{Current Satisfaction Performance}} \dots\dots\dots(4.1)$$

$$IR = \frac{4}{4,67} = 0,857$$

Tabel 2. Perhitungan *Improvement Rasio*

Kode	Tingkat Kepentingan (CSP)	Goal	Improvement Rasio
A1	4,67	4	0,857
A2	4,80	5	1,042

Kode	Tingkat Kepentingan (CSP)	Goal	Improvement Rasio
A3	4,70	4	0,851
A4	4,60	4	0,870
A5	4,77	4	0,839
A6	4,30	4	0,930
A7	4,27	3	0,703
A8	4,37	4	0,916
A9	4,00	4	1,000
A10	4,77	4	0,839
A11	4,87	5	1,027
A12	4,60	4	0,870
A13	4,57	4	0,876
A14	4,30	4	0,930
A15	4,67	4	0,857
A16	4,63	4	0,863
A17	3,67	3	0,818
A18	4,53	4	0,882
A19	4,93	5	1,014
A20	4,90	5	1,020
A21	4,30	3	0,698
A22	4,27	3	0,703
A23	4,97	5	1,007
A24	5,00	5	1,000

d. Menentukan nilai *Sales Point*

Kolom *sales point* berisi informasi mengenai kemampuan untuk meningkatkan penjualan produk/jasa jika keinginan konsumen yang terdapat pada bagian *voice of customer* terpenuhi.

e. Menentukan nilai *raw weight* dan *Normalize Raw Weight*

Raw weight berisi data yang merupakan hasil perhitungan dari data keputusan yang dibuat dalam *planning matrix* (sebelah kanan bagian *House Of Quality* (HOQ)). Contoh perhitungan diambil dari perhitungan kemassan menggunakan warna yang sesuai dengan karakteristik produk dengan rumus pada indeks 4.2 sebagai berikut

- $Raw\ Weight = (Current\ Satisfaction\ Performance) \times (Improvement\ Ratio) \times (Sales\ Point) \dots\dots\dots(4.2)$

- $Raw\ Weight = 4,67 \times 0,857 \times 1,27 = 5,080$
Adapun hasil perhitungan dari *Normalize Raw Weight* didapatlah hasilnya pada tabel 4.2. Contoh perhitungan diambil dari perhitungan kemassan menggunakan warna yang sesuai dengan karakteristik produk dengan rumus pada indeks 4.3 sebagai berikut :

$$Normalize\ Raw\ Weight = \frac{Raw\ weight}{\sum Raw\ Weight} \dots\dots\dots(4.3)$$

$$Normalize\ Raw\ Weight = \frac{5,493}{138,66} = 0,0396$$

f. Menghitung persen dan menentukan ranking

Perhitungan persen dilaksanakan setelah mendapatkan nilai dari *Normalize raw weight*, setelah semua ke 24 karakteristik teknis dihitung kemudian dijadikan dalam bentuk persen dan kemudian diurutkan ranking dari terbesar sampai terkecil. Untuk hasil dari persen dan perankingan dapat dilihat pada tabel 3. Contoh perhitungan diambil dari perhitungan kemassan menggunakan warna yang sesuai dengan karakteristik produk dengan rumus pada indeks 4.4 sebagai berikut :

$$Persentase\ \% = Number\ Normalize\ Raw\ Weight \times 100 \dots\dots\dots(4.4)$$

$$Persentase\ \% = 0,0396 \times 100 = 3,96\%$$

Dan pada penentuan ranking dipilih yang paling besar nilai persentasenya yang menduduki peringkat 1 dan seterusnya.

Tabel 3. Persentase Hasil Dan Perangkingan Karakteristik Teknis

Kode	Raw Weight	Normalize Raw Weight	Persen (%)	Ranking
A1	5,080	0,0375	3,75%	19
A2	7,350	0,0542	5,42%	3
A3	5,320	0,0393	3,93%	15
A4	5,520	0,0407	4,07%	14
A5	6,000	0,0443	4,43%	7
A6	5,240	0,0387	3,87%	17
A7	3,840	0,0283	2,83%	24
A8	5,880	0,0434	4,34%	9
A9	5,200	0,0384	3,84%	18
A10	4,720	0,0348	3,48%	20
A11	6,800	0,0502	5,02%	6
A12	5,280	0,0390	3,90%	16
A13	5,560	0,0410	4,10%	13
A14	5,760	0,0425	4,25%	10
A15	5,640	0,0416	4,16%	12
A16	5,880	0,0434	4,34%	8
A17	3,900	0,0288	2,88%	22
A18	5,760	0,0425	4,25%	11
A19	7,050	0,0520	5,20%	4

Kode	Raw Weight	Normalize Raw Weight	Persen (%)	Ranking
A20	6,950	0,0513	5,13%	5
A21	3,870	0,0286	2,86%	23
A22	3,900	0,0288	2,88%	21
A23	7,500	0,0554	5,54%	2
A24	7,500	0,0554	5,54%	1

2. Pengolahan Data QFD-HOQ Iterasi 2

Adapun langkah-langkah yang harus ditentukan untuk membangun *House of quality (HOQ)* pada iterasi 2, sebagai berikut :

- a. Menentukan Nilai Hubungan antara karakteristik teknis dan respon teknis
 Cara menentukan hubungan tersebut ialah dengan memberikan bobot pada hubungan keduanya yang mana punya pengaruh penting dalam *House Of Quality (HOQ)*.. Untuk menentukan korelasi atau hubungan antara respon teknis yang satu dengan yang lainnya ialah dengan cara pemberian bobot keterangan hubungan korelasi. Hubungan korelasi diperlukan untuk menempati bagian dari rumah *House Of Quality (HOQ)*. yaitu dengan mewawancarai pimpinan perusahaan karna dianggap layak dan lebih mampu dalam menjawab dan mengisi kuesioner yang diberikan.
- b. Menghitung nilai tingkat kepentingan absolut dan tingkat kepentingan relatif
 Untuk menghitung tingkat kepentingan relatif yaitu dengan cara menghitung dulu nilai kepentingan absolut dengan mengkalikan nilai dari setiap hubungan karakteristik dan respon teknis dengan nilai Skor. Setelah diketahui nilai Absolut dari kesemua respon teknis kemudian dihitung nilai kepentingan relatifnya dan diurutkan juga rangking dari perhitungan tersebut.
 $TKA = \text{Nilai hubungan} \times \text{Nilai skor pada setiap karakteristik teknis} \dots\dots\dots 4.4$
 $TKA = 3 \times 4,77 = 14,3$

Dan untuk perhitungan TKR menggunakan rumus pada indeks 4.5. Didapat berdasarkan perhitungan :

$$TKR = \frac{TKA}{\sum TKA} \dots\dots\dots 4.5$$

$$TKR = \frac{191,8}{1440,1} = 0,133$$

3. Penerapan QFD UKM. Terasi

Setelah didapatkan hasil dari iterasi 1 dan iterasi 2 dapat diketahui bahwa pada karakteristik yang diambil untuk mendesain ulang kemasan terasi dan spesifikasi dapat dilihat pada tabel 4 dan tabel 5.

Tabel 4. Karakteristik Teknis hasil penerapan QFD Iterasi 1

Kode	Karakteristik Teknis	Ranking
A24	Kemasan mencantumkan komposisi produk	1
A23	Kemasan mencantumkan keterangan tanggal kadaluarsa produk	2
A3	Kemasan menggunakan kombinasi warna	3
A19	Kemasan mencantumkan berat bersih produk	4
A20	Kemasan mencantumkan label halal	5
A11	Kemasan memiliki bentuk yang khas (kotak, tabung, standing pouch)	6
A5	Kemasan menggunakan aluminium foil	7
A16	Desain kemasan dicetak langsung	8
A8	Kemasan sesuai dengan isi dan berat produk	9
A14	Kemasan menggunakan logo yang menarik	10
A18	Kemasan mencantumkan alamat produsen	11
A15	Tata letak tulisan pada logo serta keterangan lainnya yang sesuai agar mudah dibaca	12

Tabel 5 Part Specification Hasil penerapan QFD Iterasi 2

No	Part Specification	Ranking
A5	Letak logo dan gambar didepan	1
A17	Mudah dikenali Konsumen	2

No	Part Specification	Ranking
A1	Isi produk tampak dari luar	3
A2	Kombinasi beberapa warna	4
A11	Kuat melindungi produk	5
A6	Terdapat gambar udang rebon	6
A14	Tidak mudah koyak	7
A13	Bahan Tidak berbahaya	8

4. Desain Kemasan Penerapan *Quality Fuction Deployment* (QFD)

Hasil dari penerapan Quality Facntion Deployment (QFD) didapatkan kemasan yang diinginkan konsumen dapat dilihat pada gambar 2 :



Gambar 4.1. Desain Kemasan Baru Tampak Depan dan Belakang

- **PEMBAHASAN**

1. **Pembahasan QFD-HOQ Iterasi 1**

- a. Menghitung nilai tingkat kepentingan

Untuk menentukan nilai dari tingkat kepentingan konsumen diambil dari pengambilan dan penyebaran kuesioner kepada responden yang berjumlah 30 orang. Responden dipilih menggunakan teknik sampling insidental atau memilih responden yang mana dipilih karna layak untuk dijadikan responden

b. Menghitung nilai *Current Satisfaction Performance (CSP)*

Terdapat 24 karakteristik teknis, penentuan ini dilakukan pada 30 responden. Untuk mencari nilai dari *Current Satisfaction Performance (CSP)* dengan cara menentukan nilai dari skala pengukuran dengan mengalikan jumlah responden yang menilai pada masing-masing skala pengukuran tersebut kemudian dibagi dengan banyaknya responden. Dari tabel dapat diketahui nilai tertinggi dari hasil perhitungan *Current Satisfaction Performance (CSP)* pada karakteristik 24, 23 dan nilai terendah pada karakteristik 17.

c. Penentuan nilai *Goal*

Peneliti menentukan bahwa dari angka penentuan Skala pengukuran peneliti menentukan setiap karakteristik teknis dengan angka 1-5, pada penelitian ini diambil wawancara hanya pada pemulik perusahaan dalam mengembangkan desain kemasan Usaha Kecil Menengah Terasi.

d. Penentuan nilai *Improvement Rasio*

Untuk mencari nilai dari perhitungan *Improvement Rasio* dengan cara membagi setiap nilai dari kolom *Goal* dengan *Current Satisfaction Performance (CSP)* yang mana dari perhitungan *Improvement Rasio (IR)* di dapat hasil dengan nilai terendah ialah karakteristik teknis no 24, 23 dengan catatan bahwa semakin tinggi nilai *Improvement Rasio (IR)* maka semakin tinggi pula tingkat keinginan konsumen terhadap desain kemasan yang diinginkan.

e. Menentukan nilai *Sales Point*

Nilai dari perhitungan *Sales Point* yang didapat dari hasil pembagian kuesioner kepada 30 responden yang dapat dilihat hasilnya pada tabel 4.6. Letak dari *Improvement Ratio (IR)* pada *House Of Quality (HOQ)* terletak pada sebelah kanan yang berdekatan dengan kolom *Goal*.

f. Menentukan nilai *raw weight* dan *Normalize Raw Weight*

Bahwa semakin besarnya nilai dari *Normalize raw weight* semakin besar juga keinginan konsumen terhadap kriteria dari karakteristik Teknis desain kemasan Usaha Kecil Menengah Terasi Cap Jempol Bang Agam. Setelah Didapat hasil dari *Normalize raw weight* barulah ditentukan prioritas untuk pengambilan penerapan *Quality Fancion Deployment (QFD)* pada karakteristik teknis yang akan diperoleh.

g. Menghitung persen dan menentukan rangking

Ranking 1 terdapat pada karakteristik teknis kemasan memberikan keterangan komposisi produk dan pada ranking terakhir yaitu ranking 24 didapat pada karakteristik teknis Kemasan memiliki bentuk yang sesuai dengan produk. Dan untuk pengambilan keputusan pada penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) diambil dari rangking 1-12 saja karena sudah mewakili seluruh karakteristik teknis berdasarkan keinginan konsumen Usaha kecil Menengah Terasi.

2. Pembahasan QFD-HOQ Iterasi 2

Menghitung nilai tingkat kepentingan absolut dan tingkat kepentingan relatif tingkat kepentingan absolut terbesar pada respon teknis mudah dikenali konsumen karena hal yang paling utama ialah kemasan mudah dikenali konsumen sehingga konsumen mudah tidak susah mencari produk terasi ketika ingin membeli.

• Desain Kemasan Penerapan *Quality Function Deployment* (QFD)

Untuk nilai jual dari kemasan baru yang ingin diterapkan pada Usaha Kecil Menengah Terasi pada kemasan 250 gram pada kemasan lama dengan kemasan baru sebagai berikut :

1. Kemasan Lama Usaha Kecil Menengah Terasi Cap Jempol Bang Agam
Adapun beberapa kriteria dari kemasan lama Antara Lain :
 - a. Bahan menggunakan plastik dan cap berupa kertas
 - b. Isi 250 gram
 - c. Harga kertas cap per 1 lembar dari 100 lembar Rp. 100
 - d. Harga kemasan per 1 unit dari 100 unit Rp. 400
 - e. Harga Jual Produk terasi 250 gram Rp. 7.500

2. Kemasan Baru Hasil Penerapan *Quality Function Deployment* (QFD)
Adapun beberapa kriteria dari kemasan lama Antara Lain :
 - a. Bahan menggunakan aluminium foil dengan cap yang dicetak langsung pada kemasan
 - b. Isi 250 gram
 - c. Harga kemasan per 1 unit dari 1000 unit Rp. 1.650
 - d. Biaya Pengiriman kemasan Rp. 100.000
 - e. Harga Jual produk terasi 250 gram Rp. 10.000

Perbandingan harga kemasan baru dan kemasan lama dikarenakan penggunaan bahan yang berbeda dan cetak label kemasan yang berbeda pula tetapi lebih menarik minat konsumen apa lagi dijamin modern saat ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

• Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Dari hasil penelitian diperoleh karakteristik teknis yang diprioritaskan dalam merancang desain ulang kemasan produk terasi Usaha Kecil Menengah Terasi Cap Jempol Bang Agam yang didapat dari pembagian kuesioner kepada 30 responden. Didapatlah hasil 12 karakteristik diantaranya kemasan mencantumkan komposisi produk, keterangan tanggal kadaluarsa produk, kombinasi warna, berat bersih produk, label halal, berbentuk standing pouch, aluminium foil, Desain dicetak langsung, sesuai isi dan berat produk, logo yang menarik, alamat produsen, Tata letak tulisan pada logo sesuai.
2. Hasil desain ulang kemasan terasi Usaha Kecil Menengah Terasi Cap Jempol Bang Agam untuk memenuhi kebutuhan konsumen didapatlah perbandingan dengan desain lama yang mana dengan menggunakan kemasan baru harga dari produk terasi Rp. 10.000 dan kemasan lama Rp. 7.500, meningkat Rp. 2.500 yang mana kenaikan tersebut berdasarkan dari bahan pembuatan kemasan yang terhitung lumayan mahal, tapi dengan penggunaan kemasan berbahan aluminium foil kemasan jadi lebih menarik dan dapat menjaga kualitas isi produk lebih tahan lama dibandingkan dengan menggunakan kemasan lama yang menggunakan plastik.

• Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diambil, maka penulis dapat memberikan saran dalam rangka untuk meningkatkan kualitas pelayanandi RSUD Aceh Tamiang antara lain sebagai berikut :

Disarankan perusahaan dapat mengaplikasikan hasil dari penerapan *quality function deployment (QFD)* pada desain kemasan terasi Usaha Kecil Menengah Terasi untuk meninjau seberapa besar keinginan konsumen dalam menentukan desain yang baik bagi perusahaan pada penelitian ini. Pada penelitian ini, hanya membahas proses produksi dari terasi dan bagaimana cara mendain ulang kemsan dari beberapa karakteristik teknis dari konsumen. Tidak membahas aspek-aspek yang lain seperti aspek tata letak (*layout*), aspek kelayakan dan yang lainnya. Sehingga disarankan kepada pihak perusahaan untuk mempertimbangkan aspek-aspek yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, Eddy dan Evi Liviawaty. 2005. *Pakan Ikan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Alisa. Krinta, Muhammad Iqbal dan Sari Wulandari. 2015. Usulan Perbaikan Desain Kemasan Stick Strawberry Kencana Mas Menggunakan Metode *Quality Function Deployment*. Jurnal Rekayasa Sistem & Industri. Telkom University.
- Cenadi, C. S. 2000. Perananan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran. Universitas Kristen Petra : NIRMANA Vol.2, No.1.
- Cohen, L. 1995. *Quality Funcion Deployment : How to Make QFD Work For You*, Addison-Wesley, Inc., Massa Chusetts.
- Fatima. Raysha, Rahmaniyah D.A. Dan Ilham Priadythama. 2012. Perancangan Kemasan Obat Tradisional Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD). Jurnal Fakultas Teknik Industri. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Surakarta
- Hendra Frenky Tampubolon, Prof. Dr. Ir. Abdullah Rahim, M,MSIE, Ir. Rosnani Ginting, MT, 2012. Optimasi Quality Fuction Deployment (QFD) Berbasis Model Kano Untuk Memaksimalkan Kepuasan Konsumen, Departemen Teknik Industri Universitas Sumatra Utara.
- Klimchuk, M. R, dan Krasovec, S. A. 2007. Desain kemasan perencanaan merek produk yang berhasil mulai dari konsep sampai penjualan. Erlangga. Jakarta
- Kotler dan Amstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedua belas, Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec. 2006. Desain Kemasan. Erlangga. Jakarta.
- Sugiono. 2005. Metode Penelitian Adminisrasi, Alfabeta. Bandung.