

BAB V ANALISIS DATA

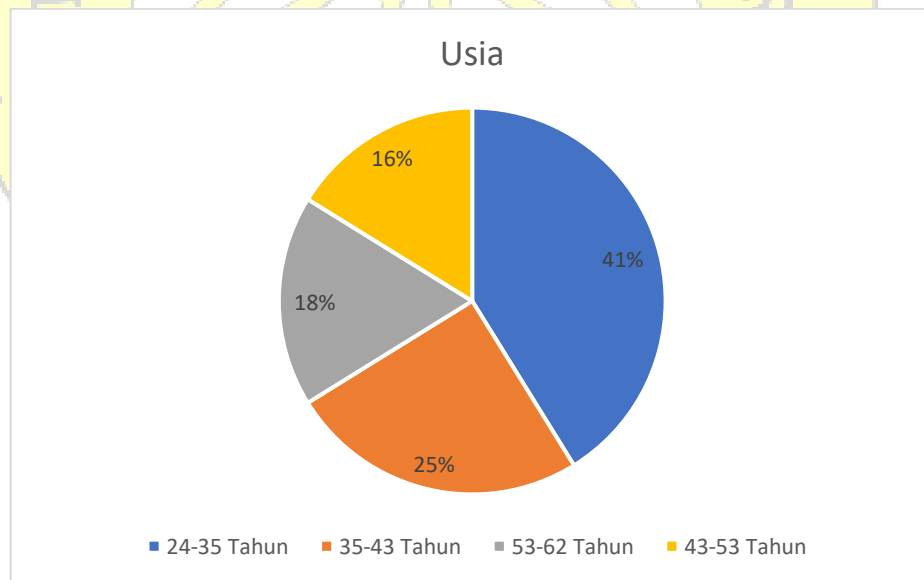
Bab ini berisi hasil penelitian beserta pembahasannya berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan diolah. Pembahasan mencakup analisis karakteristik responden, analisis menggunakan metode QFD, analisis kemasan yang diusulkan, serta realisasi *prototype* kemasan.

5.1 Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk memperoleh gambaran umum mengenai konsumen yang menjadi objek penelitian sebagai dasar menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam respon teknis. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 68 orang. Berikut merupakan ringkasan karakteristik responden pada kuesioner II.

5.1.1. Kelompok Usia

Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 68 responden ditetapkan berdasarkan kelompok usia dapat dilihat pada gambar 5.1 berikut.

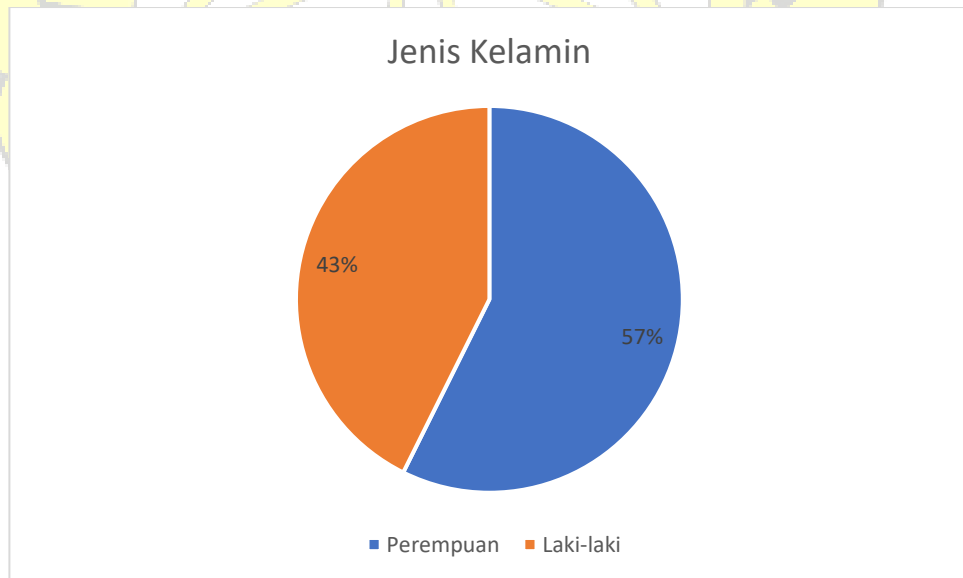


Gambar 5. 1 Kelompok usia responden

Analisis kelompok usia responden dilakukan untuk mengetahui karakteristik usia konsumen yang terlibat dalam penelitian. Berdasarkan gambar 5.1, sebagian besar responden berusia 24-35 tahun. Dilihat dari jumlah persentasenya usia 24-35 tahun memiliki persentase terbesar yaitu 41% dengan jumlah responden sebanyak 28 orang. (Utami dkk., 2025) menyatakan bahwa usia merupakan faktor demografis yang dapat mempengaruhi keputusan dalam pembelian. Oleh karena itu, karakteristik usia responden dalam penelitian ini menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menganalisis perilaku dan keputusan pembelian konsumen.

5.1.2. Jenis Kelamin

Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 68 responden ditetapkan berdasarkan kelompok jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 5.2 berikut.



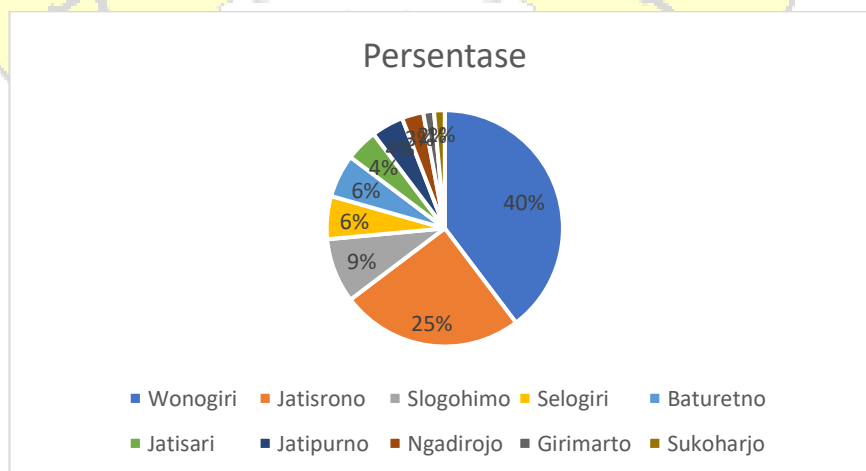
Gambar 5. 1 Jenis kelamin

Berdasarkan gambar 5.2, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan jumlah persentasenya, jenis kelamin perempuan memiliki persentase terbesar yaitu 57% dengan jumlah responden sebanyak 39 orang. Sedangkan responden laki-laki memiliki persentase 43% dengan jumlah responden sebanyak 29 orang. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa konsumen perempuan cenderung lebih selektif dalam memilih produk serta memiliki kecenderungan loyal terhadap merek atau penjual yang dianggap memenuhi kriteria kualitas dan kepercayaan (Utami dkk., 2025).

Dominasi responden perempuan ini disebabkan karena pada saat proses pengumpulan data, responden perempuan cenderung lebih bersedia untuk mengisi kuesioner dibandingkan responden laki-laki. Oleh karena itu, distribusi responden berdasarkan jenis kelamin menjadi tidak seimbang.

5.1.3. Domisili

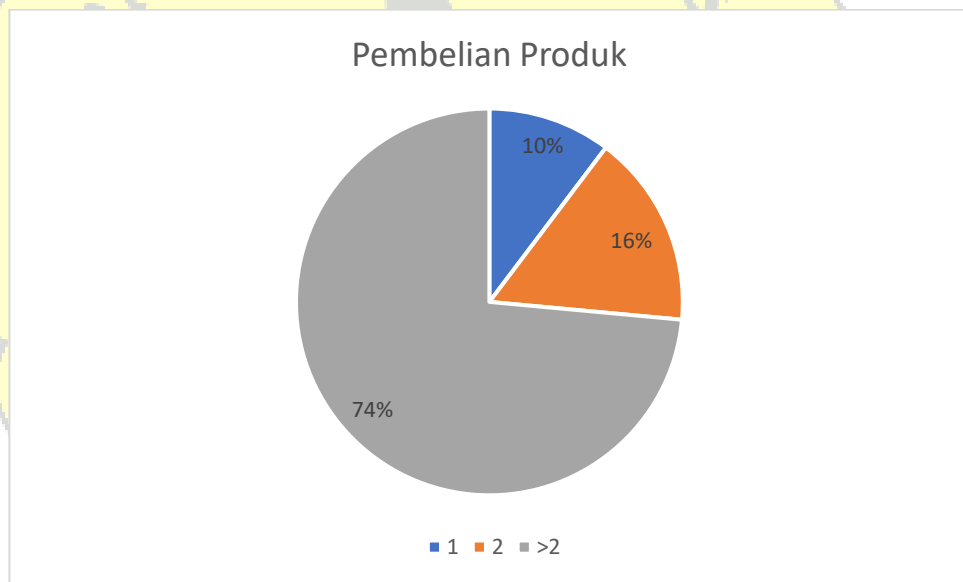
Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 68 responden ditetapkan berdasarkan kelompok domisili dapat dilihat pada gambar 5.2 berikut



Gambar 5. 2 Domisili

Berdasarkan gambar 5.3, sebagian besar responden berdomisili di Wonogiri. Berdasarkan jumlah persentasenya, responden yang berdomisili di Wonogiri memiliki persentase terbesar yaitu 40% dengan jumlah responden sebanyak 27%. Responden yang berasal dari Jatisrono sebesar 25% dengan jumlah responden sebanyak 17 orang. Sementara itu, wilayah lain memiliki persentase yang relatif lebih kecil yaitu diantara 1% - 9%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari wilayah yang sama, sehingga hasil penelitian lebih banyak mencerminkan karakteristik konsumen dari wilayah tersebut.

5.1.4. Jumlah pembelian



Gambar 5. 3 Pembelian produk

Berdasarkan gambar 5.4, responden terbesar yang melakukan pembelian lebih dari dua kali dalam setahun yaitu sebanyak 50 orang dengan persentase sebesar 74%. Responden yang melakukan pembelian dua kali dalam setahun sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar 16%. Responden yang melakukan satu kali dalam satu tahun sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 10%. Hal ini menunjukkan bahwa

mayoritas responden telah memiliki pengalaman pembelian yang cukup terhadap produk, sehingga penilaian yang diberikan oleh responden dapat mencerminkan pengalaman penggunaan produk secara langsung.

5.2 Analisis QFD

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan konsumen beserta aspek-aspek yang perlu dikembangkan pada produk, tahap selanjutnya yaitu dilakukannya proses analisis menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Dalam metode QFD perencanaan pengembangan produk dilakukan melalui tools HoQ yang telah dibuat pada gambar 4.13. berikut merupakan analisis setiap bagian HoQ yang telah dibuat.

5.2.1. *Customer Needs*

Identifikasi *customer needs* dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk. Data *customer needs* didapatkan dari penyebaran kuesioner I dan kuesioner II yang disebarkan kepada responden kemudian diolah sebagai dasar dalam penyusunan *House of Quality* (HoQ) pada metode QFD. Hasil dari identifikasi *customer needs* terhadap kemasan produk diperoleh beberapa atribut meliputi kemasan mudah dibuka, kemasan mudah dibawa, kemasan bisa ditutup kembali, bahan kemasan kuat dan kokoh, desain kemasan menarik, desain kemasan sederhana dan mudah dipahami, kemasan menjaga kualitas produk, dan informasi pada kemasan jelas dan lengkap. Atribut kebutuhan konsumen tersebut selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam proses analisis QFD pada tahap berikutnya.

5.2.2. *Planning Matrix*

Planning matrix dalam tahapan QFD digunakan untuk mengolah data kebutuhan konsumen yang menjadi dasar penentuan prioritas pengembangan produk. Pada tahap ini dilakukan pengolahan

beberapa komponen yaitu nilai kepentingan, nilai sasaran, *improvement ratio* (IR), dan *sales point* yang kemudian digunakan untuk menghitung bobot absolute setiap atribut kebutuhan konsumen. Hasil tersebut akan digunakan sebagai dasar dalam menentukan atribut kebutuhan konsumen yang menjadi prioritas pengembangan pada tahap analisis berikutnya.

Berdasarkan hasil perhitungan *planning matrix* pada tabel 4.31, diketahui bahwa atribut kebutuhan konsumen memiliki tingkat prioritas yang berbeda-beda. Dilihat dari nilai kepentingan, atribut A5, A7, dan A8 memiliki nilai yang relatif tinggi dimana menunjukkan bahwa atribut tersebut dianggap penting bagi konsumen. Berdasarkan nilai IR, atribut A3 memiliki nilai tertinggi yang dimana menunjukkan bahwa atribut tersebut membutuhkan tingkat perbaikan yang lebih tinggi dibandingkan dengan atribut yang lainnya. Dari sisi *sales point*, atribut A3, A5, dan A7 memiliki nilai tertinggi sehingga dinilai memiliki potensi daya tarik lebih besar dalam meningkatkan nilai jual produk. Berdasarkan nilai bobot absolute, atribut A3, A7, dan A4 menjadi atribut dengan prioritas utama dalam pengembangan kemasan karena memiliki kontribusi yang besar dibandingkan dengan atribut lainnya.

5.2.3. *Technical Requirement*

Technical requirement merupakan respon teknis yang digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap. Identifikasi ini dilakukan melalui studi literatur dan wawancara dengan pemilik UMKM, dan terdapat 6 respon teknis yang akan dilakukan UMKM.

Respon teknis dengan pemilihan bahan kemasan aluminium foil *food grade*. Pemilihan kemasan menggunakan aluminium bertujuan untuk menjaga produk, melindungi produk dari udara, dan mempertahankan kerenyahan produk kacang mete.

Ketebalan bahan kemasan dipilih untuk meningkatkan kekokohan kemasan agar tidak mudah rusak dan tetap melindungi produk selama penyimpanan.

Penggunaan sistem *ziplock* digunakan agar kemasan tersebut dapat ditutup kembali dan dapat menjaga produk agar tetap aman dan terjaga kualitasnya.

Membuat desain yang menarik pada kemasan ini dilakukan dengan penggunaan warna pada setiap rasa pada produk kacang mete, dan memberi logo pada kemasan agar terlihat lebih menarik. Penggunaan warna coklat dengan kode #4A2D20 digunakan untuk kemasan kacang mete dengan varian rasa coklat. Warna krem dengan kode #FFEED3 digunakan untuk kemasan kacang mete varian rasa bawang. Warna merah dengan kode #902B21 digunakan untuk kemasan kacang mete varian rasa pedas manis.

Tata letak dan kelengkapan informasi pada kemasan dengan mengatur penempatan informasi produk seperti berart bersih, komposisi, tanggal kadaluwarsa, tanggal pembuatan, logo halal, alamat produksi, informasi pemilik, dan izin edar agar mudah dibaca dan dipahami oleh konsumen.

Penggunaan kemasan *standing pouch* mudah ditemukan dan memudahkan konsumen untuk membawa dan menyimpan produk tersebut. Penggunaan *standing pouch* dengan ukuran 16x22cm untuk ukuran 500gr kacang mete.

5.2.4. *Relationship Matrix*

Relationship matrix digunakan untuk menggambarkan hubungan antara atribut kebutuhan konsumen (*customer needs*) dengan respon teknis (*technical requirement*) yang telah ditentukan. Hubungan tersebut memiliki kategori kuat, sedang, lemah, dan tidak memiliki hubungan.

Pada setiap kategori tersebut memiliki nilai dimana semakin kuat nilai yang diperoleh maka semakin tinggi, sehingga perencanaan pengembangan yang dibuat mempertimbangkan point yang paling besar. Dapat dilihat pada gambar 4.11, sebagai contoh pada kebutuhan konsumen bahan kemasan kuat dan kokoh memiliki hubungan kuat dengan respon teknis pemilihan bahan kemasan dengan alumunium foil *food grade*. Hubungan tersebut terjadi dikarenakan respon teknis mampu dengan tepat menjawab kebutuhan konsumen.

5.2.5. *Technical Correlation*

Technical correlation digunakan untuk menunjukkan hubungan dan saling berkaitan antara *technical requirement*. Hubungan ini dapat berupa saling mendukung atau saling bertentangan yakni hubungan positif kuat, hubungan positif lemah, tidak ada hubungan, hubungan negatif kuat, hubungan negatif lemah. Pada setiap kategori tersebut memiliki nilai, dimana semakin kuat hubungan maka nilai yang diperoleh semakin tinggi, sehingga perencanaan pengembangan yang dibuat mempertimbangkan point yang paling besar. Dapat dilihat pada gambar 4.12, sebagai contoh pada respon teknis pemilihan bahan kemasan alumunium foil *food grade* memiliki hubungan positif kuat dengan ketebalan bahan kemasan. Dimana peningkatan kualitas bahan mendukung ketebalan kemasan yang optimal.

5.2.6. *Technical Matrix*

Pada bagian ini berisi terkait bobot *technical requirement*, bobot normalisasi *technical requirement* dan perankingan. Tujuan ini digunakan untuk menentukan prioritas respon teknis dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Nilai pada hasil perhitungan diketahui bahwa nilai bobot normalisasi *technical requirement* semakin besar maka semakin penting atau prioritasnya lebih tinggi dibandingkan yang lain. Berdasarkan hasil perhitungan bobot *technical requirement* dan bobot

normalisasi *technical requirement*, dapat dilihat bahwa nilai tertinggi dari bobot normalisasi *technical requirement* yaitu T3 sehingga menjadi prioritas yang pertama.

5.3 Analisis Kemasan

Kemasan kacang mete UMKM Sidodadi sebelum dilakukan perbaikan menggunakan kemasan plastik dengan sablon untuk informasi produk. Warna sablon kemasan berwarna merah pada rasa coklat, rasa bawang, dan rasa pedas manis. Berikut merupakan kemasan yang digunakan pada UMKM Sidodadi.



Gambar 5. 4 Kemasan kacang mete UMKM Sidodadi

Berdasarkan pada 8 atribut yang didapatkan dari penyebaran kuesioner I, terdapat atribut yang sudah dimiliki oleh kemasan kacang mete yaitu kemasan mudah dibawa, kemasan mudah dibuka, dan desain kemasan sederhana dan mudah dipahami. Sedangkan yang belum dimiliki oleh kemasan tersebut yaitu kemasan bisa ditutup kembali, bahan kemasan kuat dan kokoh, desain kemasan menarik, kemasan menjaga kualitas produk, dan informasi pada kemasan jelas dan lengkap.

Setelah itu dilakukan perbaikan dengan menyesuaikan keinginan dan kebutuhan konsumen. Keinginan dan kebutuhan konsumen yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen akan dimasukkan ke dalam

rancangan kemasan baru kacang mete. Kemasan baru yang dihasilkan dapat dilihat pada gambar 5.6.



Gambar 5. 5 Kemasan baru kacang mete tampak depan



Gambar 5. 6 Kemasan baru kacang mete tampak belakang

Berikut merupakan perbandingan atribut dari kemasan lama dan kemasan baru kacang mete UMKM Sidodadi

Tabel 5. 1 Perbandingan atribut kemasan kacang mete

No	Atribut	Kemasan Lama	Kemasan Baru
1	Kemasan mudah dibuka	√	√
2	Kemasana mudah dibawa	√	√
3	Kemasan bisa ditutup kembali		√
4	Bahan kemasan kuat dan kokoh		√
5	Desain visual kemasan		√
6	Desain visual kemasan sederhana dan mudah dipahami	√	√
7	Kemasan menjaga kualitas produk		√
8	Informasi label produk pada kemasan jelas dan lengkap		√

Berdasarkan pada tabel 5.1, dapat diketahui bahwa kemasan kacang mete baru melengkapi kemasan yang sudah ada dengan menyediakan atribut yang belum dimiliki

5.4 Realisasi *Prototype* Kemasan

Prototype kemasan direalisasikan berdasarkan hasil perancangan yang dibuat melalui metode QFD dengan mempertimbangkan prioritas teknis. Kemasan dibuat dalam bentuk fisik dengan menggunakan bahan aluminium foil *food grade* yang telah disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Tampilan visual dirancang sesuai karakteristik produk UMKM Sidodadi, mencakup penggunaan warna, peletakan logo, serta informasi label produk pada kemasan. Bentuk yang dipilih adalah *standing pouch* dengan menggunakan *ziplock* untuk memberikan kesan praktis dan lebih menarik. *Prototype* kemasan yang telah dirancang direalisasikan dalam bentuk fisik dan ditunjukkan kepada pemilik UMKM Sidodadi. Penyerahan *prototype* ini dilakukan sebagai bentuk implementasi hasil perancangan serta untuk memberikan gambaran nyata mengenai desain kemasan yang diusulkan.

Tabel 5. 2 Hasil kuesioner pemilik UMKM

Responden	Usia (tahun)	Jenis Kelamin	Domisili	Jumlah Beli (per tahun)	Disukai	Tidak Disukai	Informasi kemasan	Contoh desain kemasan	Perbaikan	Saran/masukan	Fungsi kemasan produk
Pemilik UMKM	33	Perempuan	Jatisrono		Bagus, menarik perhatian, kemasan jadi terlihat mewah	Harga kemasaannya lumayan mahal	Nama dan Alamat produsen, Komposisi bahan, Tanggal kadaluwarsa dan tanggal produksi, Logo halal, Varian rasa produk, Bersih berat, Nomor perizinan	Opsi 2	Desain kemasannya dibuat lebih menarik perhatian	Kemasannya dibuat lebih bagus biar dilihat menarik	Mempercantik kemasan agar pembeli lebih tertarik

Berdasarkan pada tabel 5.2 didapat hasil evaluasi oleh pemilik UMKM Sidodadi, *prototype* kemasan yang dirancang memberikan tanggapan positif karena dinilai lebih menarik dan mampu meningkatkan kesan mewah pada produk. Namun, terdapat beberapa masukan yang diberikan, yaitu biaya kemasan yang relatif tinggi. Secara keseluruhan, *prototype* kemasan yang dihasilkan telah sesuai dengan kebutuhan dan harapan pemilik.

