

IDENTIFIKASI KEBUTUHAN PELANGGAN DAN KARAKTERISTIK TEKNIS DALAM PERANCANGAN KEMASAN PRODUK TEH SEDUH

Ahmad Faiz Haqqoni^{1*}, Irwan Iftadi^{1}, Wakhid Ahmad Jauhari^{1***}**

¹ Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret
Jl. Ir Sutami No. 36 A Ketingan Surakarta, 57162.

*Email: faiz.haqqoni@gmail.com

**Email: iftadi@gmail.com

***Email: wakhid_aj@yahoo.co.id

Abstrak

Pada penelitian ini dilakukan perancangan kemasan untuk produk teh seduh hitam. Objek penelitian merupakan produk hasil olahan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang berada di Kecamatan Ngargoyoso, Karanganyar Jawa Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh rancangan kemasan yang didasarkan pada kebutuhan dan keinginan konsumen, terhadap kemasan teh seduh. Untuk itu, digunakan metode Quality Function Deployment (QFD), yang merupakan metode perancangan produk berbasis keinginan konsumen. Dalam penelitian ini, QFD yang digunakan hanya sampai matriks pertama (matriks perencanaan), atau sering disebut House of Quality (HOQ). Dari hasil penyusunan HOQ, diperoleh tingkat kepentingan untuk masing-masing karakteristik teknis yang telah dibuat, dimana selanjutnya, karakteristik-karakteristik teknis dengan nilai kepentingan yang tinggi dapat dijadikan atribut prioritas dalam melakukan perancangan kemasan untuk produk teh seduh hitam.

Kata kunci: House of Quality (HOQ), Kemasan, Quality Function Deployment (QFD), Teh

1. PENDAHULUAN

Teh merupakan tanaman yang dapat tumbuh di wilayah dengan iklim tropis atau subtropis (Spillane, 1992), dan Indonesia merupakan Negara dengan iklim tropis. Teh juga merupakan salah satu tanaman yang menjadi komoditas unggulan Indonesia, selain kakao kopi maupun sawit. Tanaman teh sendiri pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1686 sebagai tanaman hias yang dibawa oleh seorang warga negara Belanda.

Tanaman teh seringkali diolah menjadi minuman, yang memiliki aroma dan rasa yang khas, sehingga digemari oleh banyak orang, termasuk masyarakat di Indonesia. Tidak hanya memiliki aroma dan rasa yang khas, tanaman teh juga memiliki khasiat-khasiat. Menurut Frans Liwang (2010), mengonsumsi teh hitam dapat memberikan manfaat berupa pencegahan terhadap penyakit jantung koroner. Selain itu, Menurut Joseph McLaughlin (2008), seorang peneliti dari National Cancer Institute, teh hitam sangat efektif dalam melindungi tubuh dari kanker esofagus, yaitu kanker yang menyerang antara saluran mulut ke lambung. Dengan banyaknya potensi yang dimiliki tanaman teh dan hasil olahannya, maka bermunculan pula pabrik-pabrik pengolahan teh. Namun tidak hanya pabrik, bermunculan pula Usaha Kecil Menengah (UKM) yang juga melakukan pengolahan tanaman teh, khususnya menjadi minuman. Salah satunya adalah UKM milik Bapak Warseno yang ada di Kecamatan Ngargoyoso, Karanganyar, Jawa Tengah.

UKM milik Bapak Warseno awalnya memiliki nama dagang “Teh Kemuning Mbok Karti”, namun kemudian lebih dikenal dengan nama “Teh Kopi Ngargoyoso”. Teh hasil produksi UKM ini adalah teh seduh. Produk yang dihasilkan oleh UKM ini memiliki keunikan tersendiri, yaitu memiliki aroma dan rasa yang mirip kopi ketika sudah diseduh, oleh karena itu sering dijuluki sebagai “Teh Kopi”.

UKM ini masih melakukan produksi secara manual. Bahan baku untuk produksi pun masih diperoleh dengan membeli dari hasil olahan setengah jadi, dari pabrik pengolahan teh yang ada di daerah tersebut. Pengolahan teh yang dilakukan masih sangat sederhana dengan bantuan satu mesin penggoreng untuk melakukan pelayuan. Keseluruhan proses produksi, dimulai dari penyimpanan bahan baku, proses produksi, sampai penyimpanan hasil jadi dan pengemasan dilakukan di tempat tinggal beliau. Bapak Warseno selaku pemilik UKM masih melakukan pengolahan teh ini sendiri, dan dengan dibantu istri beliau, karena belum memiliki karyawan.

Hasil pengolahan dari UKM ini berupa teh hitam dan teh hijau, yang keduanya merupakan teh seduh. Hasil pengolahan biasanya dipasarkan kepada toko oleh-oleh, ataupun ke tempat-tempat

makan. Tidak jarang pula, teh-teh hasil olahan ini diambil oleh pengecer, untuk dijual kembali. Teh aroma kopi ini pun juga sudah dikirimkan beberapa wilayah lain, seperti Jakarta dan Bekasi.

Dalam melakukan pemasaran teh hasil produksinya, tentu dibutuhkan kemasan untuk mewadahi teh tersebut. Teh hitam dikemas dalam tiga ukuran berbeda, yang disesuaikan dengan segmen pasar yang dituju. Ukuran terbesar adalah 1000gr, yang biasanya ditujukan untuk dikirim ke wilayah lain, ataupun ke tempat-tempat makan. Selanjutnya ukuran 500gr yang ditujukan untuk pengecer, dan yang terkecil dengan ukuran 225gr yang biasanya dititipkan di toko oleh-oleh. Sedangkan untuk teh hijau, hanya memiliki satu kemasan dengan ukuran 120gr.

Teh hitam dikemas dengan menggunakan plastik, sebagai bahan dasar. Teh hitam dengan ukuran 1000gr dan 500gr hanya dibungkus oleh plastik, tanpa diberikan informasi secara jelas, ataupun diberikan sentuhan desain. Sedangkan ukuran 225gr hanya ditambahkan label dibagian atas, sehingga memberikan informasi minim. Padahal menurut Setiadi (2005), terdapat tiga fungsi kemasan, yaitu fungsi branding, fungsi informasi dan fungsi perlindungan. Dari ketiga fungsi tersebut, hanya fungsi perlindungan yang dipenuhi oleh kemasan yang ada saat ini. Selain itu, terdapat pernyataan dari Hermawan Kartajaya, seorang pakar di bidang pemasaran yang mengatakan bahwa "packaging sells what it protects" (kemasan menjual apa yang dilindunginya), sedangkan fungsi kemasan sebelumnya adalah "packaging protects what it sells" (kemasan melindungi apa yang dijualnya) (Cenadi, 2000). Dari pernyataan tersebut diketahui bahwa saat ini kemasan juga menjadi silent salesperson yang berarti harus mampu memasarkan produk yang diwadahnya.

Untuk mengembangkan usaha miliknya, selanjutnya beliau ingin mengembangkan segmen pasarnya dengan merambah segmen rumah tangga. Beliau memiliki keinginan untuk memasukkan produknya ke dalam minimarket ataupun supermarket. Untuk merambah ke sektor rumah tangga, Beliau perlu menyesuaikan untuk kebutuhan sektor rumah tangga, dengan mengemas hasil olahannya menjadi ukuran 100gr. Selain itu, untuk dapat bersaing dengan produk-produk lainnya yang ada di supermarket atau minimarket, Beliau perlu memiliki kemasan yang menarik, yang mampu menarik konsumen untuk membeli produk tersebut, serta memberikan ciri khas dibanding produk-produk pesaingnya. Untuk itu, dibutuhkan kemasan teh seduh hitam yang sesuai dengan keinginan konsumen. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode *Quality Function Deployment* (QFD). Namun, penggunaan QFD hanya sampai rumah kualitas pertama atau sering disebut *House of Quality* (HOQ). Perancangan kemasan dengan menggunakan metode QFD ini dipilih karena QFD merupakan salah satu metode perancangan produk yang berbasis pada keinginan konsumen.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dimulai dengan melakukan identifikasi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen teh seduh. Pengumpulan kebutuhan dan keinginan pelanggan dilakukan dengan melakukan wawancara kepada konsumen teh yang mengetahui kemasan teh seduh yang ada di pasaran. Dalam melakukan wawancara, digunakan teknik *personal interview* dan *product analysis techniques*. Dalam melakukan wawancara, pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dikembangkan berdasarkan fungsi-fungsi kemasan menurut Setiadi (2005), yaitu fungsi branding fungsi perlindungan dan fungsi informasi. Dari hasil *personal interview* dan *product analysis techniques*, diperoleh data mentah tentang harapan, maupun keluhan terhadap kemasan teh seduh yang ada saat ini. Selanjutnya, data mentah konsumen tersebut kemudian diterjemahkan menjadi *Voice of Customer* (VOC), yang merupakan tahap awal penyusunan *House of Quality* (HOQ). Selanjutnya, untuk memperoleh tingkat kepentingan masing-masing VOC, digunakan kuisioner yang disebarluaskan kepada konsumen teh. Untuk menindaklanjuti VOC yang telah diperoleh, disusun karakteristik teknis, yang merupakan respon secara teknis untuk mengakomodasi VOC. Setelah itu, dibuat matriks relasi antara VOC dan karakteristik teknis untuk mengetahui hubungan yang terjadi. Selain itu, dibuat pula hubungan antar karakteristik teknis sendiri. Dalam penelitian ini, digunakan *benchmarking* untuk mengetahui posisi rancangan kemasan yang akan dibuat dengan kemasan yang sudah ada di pasaran. Tahap akhir penelitian ini adalah dengan menyusun *technical importance ranking* untuk mengetahui tingkat kepentingan masing-masing karakteristik teknis, dimana karakteristik teknis yang memiliki nilai tertinggi, dapat dijadikan prioritas dalam melakukan perancangan kemasan teh seduh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyusunan HOQ dimulai dengan menerjemahkan data mentah hasil wawancara dengan konsumen menjadi VOC. Pada penelitian ini, dihasilkan 9 VOC yaitu kemasan yang memiliki informasi yang lengkap dan jelas, kemasan yang tertutup rapat, kemasan yang mudah disusun, kemasan yang mudah untuk dibuka dan ditutup, kemasan yang mudah disimpan, kemasan yang tidak mudah rusak, warna kemasan yang menarik perhatian, gambar serta tata letak gambar yang sesuai, dan kemasan yang aman. Selanjutnya tingkat kepentingan untuk masing-masing VOC dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Tingkat Kepentingan VOC

No	Voice of Customer	Tingkat Kepentingan	Presentase
1	Kemasan yang memiliki informasi yang lengkap dan jelas	3.7	10.5 %
2	Kemasan yang tertutup rapat	4.4	12.5 %
3	Kemasan yang mudah disusun	3.55	10.1 %
4	Kemasan yang mudah untuk dibuka dan ditutup	4.15	11.8 %
5	Kemasan yang mudah disimpan	4.25	12.1 %
6	Kemasan yang tidak mudah rusak	4.1	11.7 %
7	Warna kemasan yang menarik perhatian	3.25	9.25 %
8	Gambar serta tata letak gambar yang sesuai	3.25	9.25 %
9	Kemasan yang aman	4.5	12.8 %

Dari hasil VOC, dapat dilihat bahwa VOC kemasan yang aman memiliki nilai kepentingan tertinggi, yaitu sebesar 4.5, atau 12.8%. Dari hasil tersebut, diketahui bahwa ternyata konsumen menganggap bahwa kemasan yang aman, merupakan bagian terpenting dari kemasan. Setelah itu, untuk merespon 9 VOC tersebut dihasilkan 13 karakteristik teknis. Karakteristik teknis yang dihasilkan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Karakteristik Teknis

No	Voice of Customer	Karakteristik Teknis
1	Kemasan yang memiliki informasi yang lengkap dan jelas	Terdapat informasi dan tertulis jelas mengenai merk, produsen, jenis produk, komposisi, waktu kadaluarsa, netto, dan label halal
2	Kemasan yang tertutup rapat	Kemasan memiliki kemasan dalam serta kemasan luar
3	Kemasan yang mudah disusun	Bentuk kemasan simetris
4	Kemasan yang mudah untuk dibuka dan ditutup	- Kemasan memiliki segel yang mudah untuk dibuka dan ditutup - Kemasan memiliki bagian untuk disobek
5	Kemasan yang mudah disimpan	Kemasan terbuat dari material yang kuat dan kokoh
6	Kemasan yang tidak mudah rusak	- Kemasan terbuat dari material yang kuat dan kokoh - Material kemasan tidak mudah sobek ketika terkena air
7	Warna kemasan yang menarik perhatian	- Kemasan menggunakan warna-warna yang terkesan alami dan menarik - Warna tulisan dan background terlihat kontras
8	Gambar serta tata letak gambar yang sesuai	- Kemasan diberikan gambar produk yang sesuai - Tata letak gambar yang sesuai dan menarik
9	Kemasan yang aman	- Material kemasan terbuat dari bahan yang aman - Material kemasan tidak mengandung zat-zat yang berbahaya

Setelah dihasilkan karakteristik teknis, selanjutnya dibuat matriks relasi antara karakteristik teknis dan VOC dan relasi antar karakteristik teknis. Pada matriks relasi antara VOC dan

karakteristik teknis, terdapat 3 kemungkinan relasi, yaitu hubungan kuat, hubungan normal, dan hubungan lemah, dimana hubungan kuat memiliki nilai 9, hubungan normal memiliki nilai 3, dan hubungan lemah memiliki nilai 1. Dari hasil penelitian ini, terdapat 16 hubungan kuat, 11 hubungan normal, dan 6 hubungan lemah. Hasil relasi antara VOC dan karakteristik teknis dapat dilihat pada gambar 1.

VOICE OF CUSTOMER	PRODUCT ENGINEERING	Terdapat Informasi dan Tulis Jelas Mengenai Merek, Produsen jenis Produk, Komposisi, Waktu Kadaluarsa, Netto, dan Label pada	Kemasan memiliki kemasan dalam, serta kemasan luar	Bentuk kemasan simetris	Kemasan memiliki segel yang mudah untuk dibuka dan ditutup	Kemasan memiliki bagian untuk disobek	Kemasan terbuat dari material yang kuat dan kokoh	Material kemasan tidak mudah sobek ketika terkena air	Kemasan menggunakan warna-warna yang terkesan alami dan menarik	Warna background dan warna tulisan terlihat kontras	Kemasan diberikan gambar produk yang sesuai	Tata letak gambar yang sesuai dan menarik	Material kemasan terbuat dari bahan yang aman	Material kemasan tidak mengandung zat-zat yang berbahaya
Kemasan yang memiliki informasi yang lengkap dan jelas		○							▲	○				
Kemasan yang tertutup rapat			○	○	○	○		○						
Kemasan yang mudah disusun				○			○	▲						
Kemasan yang mudah untuk dibuka dan ditutup				▲	○	○	○	○						
Kemasan yang mudah disimpan			○				○	○						
Kemasan yang tidak mudah rusak			○	▲			○	○						
Warna kemasan yang menarik perhatian									○	○	▲	○		
Gambar serta tata letak gambar yang sesuai										▲	○	○		
Kemasan yang aman								○					○	○

Gambar 1. Matriks Relasi antara VOC dan Karakteristik Teknis

Pada relasi antar karakteristik teknis, terdapat 4 kemungkinan hubungan, yaitu hubungan kuat positif, hubungan positif, hubungan negatif, serta hubungan kuat negatif. Terdapat 11 hubungan kuat positif dan hubungan positif. Pada penelitian ini tidak terdapat hubungan negatif dan kuat negatif. Hubungan antar karakteristik teknis dapat dilihat pada gambar 2.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Terdapat informasi dan tertulis jelas mengenai Merk, Produsen jenis Produk, komposisi, Waktu kadaluarsa, Netto, dan Label halal														
Kemasan memiliki kemasan dalam, serta kemasan luar														
Bentuk kemasan simetris														
Kemasan memiliki segel yang mudah untuk dibuka dan ditutup														
Kemasan memiliki bagian untuk disobek														
Kemasan terbuat dari material yang kuat dan kokoh														
Material kemasan tidak mudah sobek ketika terkena air														
Kemasan menggunakan warna-warna yang terkesan alami dan menarik														
Warna background dan warna tulisan terlihat kontras														
Kemasan diberikan gambar produk yang sesuai														
Tata letak gambar yang sesuai dan menarik														
Material kemasan terbuat dari bahan yang aman														
Material kemasan tidak mengandung zat-zat yang berbahaya														

Gambar 2. Matriks Relasi antar Karakteristik Teknis

Technical Importance Ranking diperoleh dengan mengalikan antara tingkat kepentingan pada VOC, dengan nilai pada relasi antara VOC dan karakteristik teknis. Nilai *technical importance ranking* untuk seluruh karakteristik teknis dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Technical Importance Ranking

No	Karakteristik Teknis	<i>Technical Importance Ranking</i>	Presentase
1	Terdapat informasi dan tertulis jelas mengenai merk, produsen jenis produk, komposisi, waktu kadaluarsa, netto, dan label halal	33.3	4.60
2	Kemasan memiliki kemasan dalam serta kemasan luar	90.15	12.45
3	Bentuk kemasan simetris	53.3	7.38
4	Kemasan memiliki segel yang mudah untuk dibuka dan ditutup	76.95	10.36
5	Kemasan memiliki bagian untuk disobek	50.55	6.98
6	Kemasan terbuat dari material yang kuat dan kokoh	98.25	13.57
7	Material kemasan tidak mudah sobek ketika terkena air	92.35	12.76
8	Kemasan menggunakan warna-warna yang terkesan alami dan menarik	32.95	4.55
9	Warna tulisan dan background terlihat kontras	43.6	6.02
10	Kemasan diberikan gambar produk yang sesuai	32.5	4.49
11	Tata letak gambar yang sesuai dan menarik	39	5.39
12	Material kemasan terbuat dari bahan yang aman	40.5	5.59
13	Material kemasan tidak mengandung zat-zat yang berbahaya	40.5	5.59

Karakteristik Teknis dengan nilai tertinggi adalah kemasan yang terbuat dari material yang kuat dan kokoh dengan nilai *technical importance ranking* 98.25 atau 13.57%. Sehingga karakteristik ini dapat dijadikan prioritas utama dalam melakukan perancangan kemasan teh seduh.

4. KESIMPULAN

Pada penelitian ini, dihasilkan 9 VOC yang diperoleh dengan cara menerjemahkan keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk merespon VOC tersebut, dihasilkan 13 karakteristik teknis yang diharapkan mampu mengakomodasi VOC yang telah diperoleh. Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data, karakteristik dengan presentasi nilai *technical importance ranking* diatas 10 % adalah kemasan yang terbuat dari material yang kuat dan kokoh dengan presentase 13.57%, selanjutnya material kemasan tidak mudah sobek ketika terkena air dengan presentase 12.76%, kemasan memiliki kemasan bagian dalam dan kemasan bagian luar dengan 12.35%, serta kemasan yang memiliki segel yang mudah untuk dibuka dan ditutup, dengan presentasi 10.36%. Dari keempat karakteristik teknis yang telah disebutkan, kemasan terbuat dari material yang kuat dan kokoh memiliki nilai *technical importance ranking* tertinggi, dengan nilai 98.25.

DAFTAR PUSTAKA

- Cenadi, C. S. 2000. *Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran*. Nirmana Vol. 2 Halaman 92-103.
- Fatima, R. 2012. *Perancangan Kemasan Obat Tradisional Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. Skripsi S1, Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta
- Fransecschini, F. 2002. *Advanced Quality Function Deployment*. New York: St. Lucie Press
- Liwang, F. 2010. "Manfaat Konsumsi Teh Hitam Sebagai Upaya Preventif Penyakit Jantung Koroner Akibat Aterosklerosis di Indonesia" *Jurnal UI untuk Bangsa Seri Kesehatan, Sains, Teknologi* Vol.1. Hal.25-38
- Satriyo. 2008, *Berbagai Manfaat Ou Tea (Teh Hitam) Menurut Penelitian Para Ahli*. Diakses secara online pada tanggal 15 Februari 2015 dari <https://satria75.wordpress.com>
- Setiadi, N.J. 2005. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Spillane, J.J. 1992. *Komoditi Teh: Perannya Dalam Perekonomian Indonesia*. Cetakan I. Yogyakarta : Kanisius.