

**DESAIN TAS DENGAN MENGGUNAKAN METODE  
KANSEI ENGINEERING**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**SYAFRIZA JUNAYNI**

**NPM : 16 815 0053**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2020**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

**DESAIN TAS DENGAN MENGGUNAKAN METODE  
KANSEI ENGINEERING**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri  
Universitas Medan Area



Oleh  
**SYAFRIZA JUNAYNI**  
**16 815 0053**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**  
**FAKULTAS TEKNIK**  
**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2020**

DESAIN TAS DENGAN MENGGUNAKAN METODE  
KANSEI ENGINEERING

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Teknik

Oleh :

SYAFRIZA JUNAYNI

16 815 0053

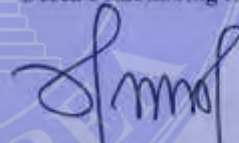
Disetujui :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Chalis Fajri Hasibuan, S.T, M.Sc



Yudi Daeng Polewangi S.T, M.T

Mengetahui :

Dekan Fakultas Teknik



Dr. Gendy Kuswita Harahap, S.T, M.T

Ketua Program Studi



Yudi Daeng Polewangi S.T, M.T

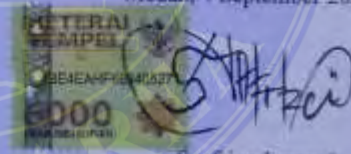
Tanggal Sidang : 4 September 2020

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 4 September 2020



Syafriza Junayni

16 815 0053

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

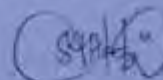
---

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Syafriza Junayni  
NPM : 168150053  
Program Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul *Desain Tas Dengan Menggunakan Metode *Kansei Engineering* beserta perangkat yang ada (jika diperlukan)*. Dengan Hak Bebas *Royalti Noneksklusif* ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada tanggal : 04September  
2020 Yang menyatakan



( Syafriza Junayni )

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Dusun Karang Sari, desa damuli Pekan, kecamatan Kualuh selatan, Kabupaten Labuhan Batu Utara pada tanggal 21 Juni 1998. Anak dari Ayahanda Muhammad Rasyid dan Ibunda Nuriati. Penulis merupakan putri ke dua dari empat bersaudara. Penulis Pertama kali menempuh pendidikan di Sekolah Dasar (SD) pada SDN 117511 Karang sari tahun 2004 dan selesai pada tahun 2010, dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan di Sekolah pada Madrasah Tsanawiyah Negeri dan selesai pada tahun 2013, dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) pada SMAN 1 Kualuh Selatan penulis mengambil Jurusan IPA dan selesai pada tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis terdaftar pada salah satu perguruan tinggi swasta Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area, dan Alhamdulillah Selesai tahun 2020.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, usaha yang disertai doa juga dari orang tua dalam menjalani aktivitas akademik di Perguruan Tinggi Universitas Medan Area . Alhamdulillah Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul “Desain Tas Dengan Menggunakan Metode *Kansei Engineering*”.

## ABSTRAK

**Syafriza Junayni, NPM 168150053. “Desain Tas Dengan Menggunakan Metode *Kansei Engineering*”. Dibimbing oleh Chalis Fajri Hasibuan, S.T, M.Sc., dan Yudi Daeng Polewangi S.T, M.T.**

Keberadaan sebuah tas bagi seseorang terutama wanita sudah menjadi suatu keharusan. Saat ini, pasar untuk tas wanita masih sangat luas karena tas merupakan salah satu kebutuhan wajib wanita. Perkembangan usaha kerajinan tas yang pesat menimbulkan kompetisi yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan dan merebut *market share*, perusahaan membutuhkan pengembangan suatu produk. Perusahaan harus bisa menghasilkan produk yang di pasaran. Menghadapi persaingan usaha sabina *collection* perlu untuk menciptakan desain produk yang menarik dan berkualitas sehingga produk yang dihasilkan memenuhi selera pelanggan. Kondisi yang terjadi pada usaha sabina *collection* menunjukkan bahwa dalam penjualan tas model *sling bag* di bulan Juli 2019 masih terjadi penurunan sebesar 12% dari total penjualan. Dalam mengembangkan produk tas *sling bag* perlu dilakukan penelitian terhadap keinginan konsumen dengan menggunakan metode *kansei engineering* (KE) sehingga dihasilkan atribut dan karakteristik teknis produk. *Kansei engineering* merupakan sebuah metode sebagai jembatan atas keinginan konsumen terhadap desain produk yang diinginkan, dengan cara mendefinisikan keinginan konsumen (*citra image*) yang teridentifikasi melalui kata-kata *kansei* ke dalam desain produk. Kemudian analisis *conjoint* digunakan untuk mendapatkan nilai hubungan antara elemen desain dan *kansei word*. Hasil dari penelitian ini adalah dari kuesioner kata *kansei* didapatkan 7 pasang *kansei word* yang mewakili kata-kata yang tepat dengan mempertimbangkan produk yang ditawarkan. Hasil analisis *conjoint* berdasarkan kategori yang berhubungan erat dengan masing-masing *kansei word* adalah konsep desain yaitu bahan kain, bentuk persegi panjang, ukuran sedang, dan varian warna.

**Kata kunci : *Kansei Engineering*, Perancangan Produk, Analisis *Conjoint*, Tas.**

## ABSTRACT

Syafriza Junayni. 168150053. "The Handbag Design by Using Kansei Engineering Method". Supervised Chalis Fajri Hasibuan, S.T., M.Sc and Yudi Daeng Polewangi, S.T., M.T.

Bag is crucial for woman. Nowadays, the market for woman's handbags is still vast due to it is one of the mandatory needs for woman. The rapid development of handbag craft business drives a straight competition among companies. The companies are needed to expand the product to seize the market share and win the competition. As one of the company, Sabina Collection should produce the interactive and qualified products which meet the consumers' expectation. However, sales of sling bags still decreased by 12% in July 2019. Hence, the study discovers the consumers' interest by using Kansei Engineering method to point out the attribute and technical characteristic of product. The Kansei Engineering is a method as the bridge of consumers' interest and product design. The method is defining the consumers' interest in image, and then identified it by using Kansei words to product design. Furthermore, conjoint analysis also conducted to obtain the relationship value among design elements and Kansei words. The result presents 7 pairs of Kansei words which represent the appropriate words considering to the offered product. The conjoint analysis shows that fabric, rectangular shape, medium size, and color variants are the categories that have the strong relationship to each Kansei words

**Keywords:** *Kansei Engineering, Product Design, Conjoint Analysis, Handbag.*





## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik, serta tidak lupa pula shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya.

Penulisan skripsi ini adalah syarat bagi mahasiswa dalam menyelesaikan studinya di Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area. Pada saat penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ku persembahkan karya ini untuk Ibundaku tercinta Nuriati, Orang yang selalu memberikan do'a, semangat dan semua yang terbaik untuk saya dan untuk Ayahandaku tercinta Muhammad Rasyid, Orang yang mengajari ku untuk selalu bersyukur dan berjuang, Terimakasih atas setiap nasehat, doa, kerja keras dan pengorbanan yang selalu ayahnda berikan.
2. Ibu Dr. Grace Yuswita Harahap, S.T., M.T., selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Medan Area.
3. Bapak Yudi Daeng Polewngi, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri, Universitas Medan Area, sekaligus pembimbing II
4. Bapak Chalis Fajri Hasibuan, S.T., M.Sc., selaku pembimbing I.

5. Kakak Syahniar Lubis, S.T., yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi dan selalu memberikan dukungan dengan memberi semangat untuk terus menyelesaikan skripsi dengan lebih teliti, selalu membantu dengan diskusi dan banyak memberikan masukan serta nasehat.
6. Ibu Sri Dewiana Selaku *Owner Sabina Collection*.
7. Seluruh dosen dan staf Fakultas Teknik yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis.
8. Seluruh keluarga besar Teknik Industri UMA yang selalu memberikan dukungan. Terkhusus seluruh teman-teman angkatan 2016 yang juga banyak membantu dan memberi dukungan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang memerlukannya.

Medan, 28 November 2019

(Syafriza Junayni)

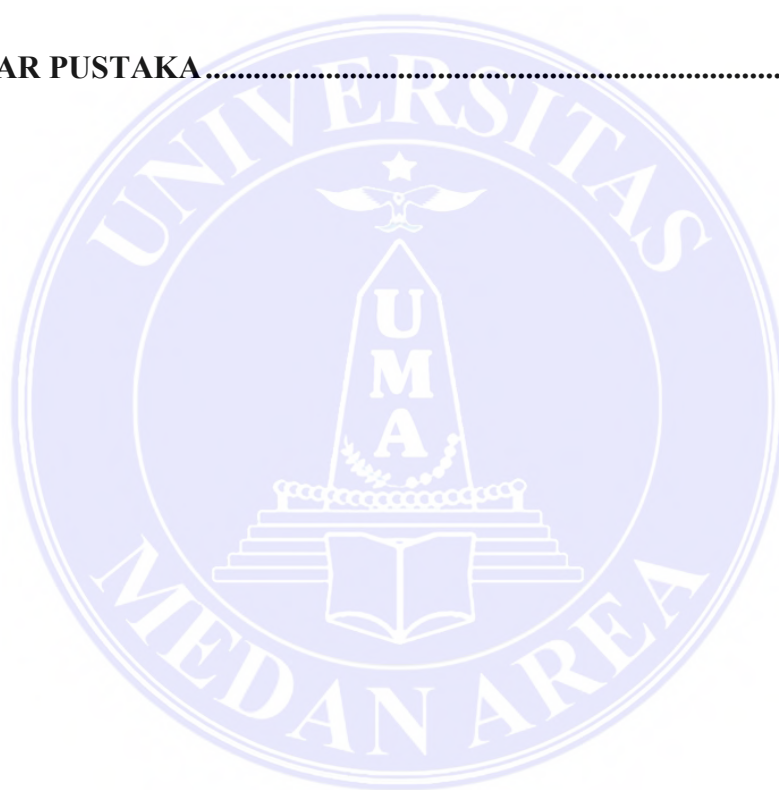
## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	4

1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Batasan Masalah dan Asumsi.....	4
1.6. Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1. Sistem Produksi .....	7
2.1.1. Pengertian Produk.....	8
2.1.2. Pengembangan Produk.....	10
2.1.3. Tahapan Pengembangan Produk.....	12
2.1.4. Perancangan Produk.....	14
2.2. Tas.....	15
2.3. Jenis-jenis Model Tas .....	16
2.3.1. <i>Sling Bag</i> .....	17
2.3.2. <i>Tote Bag (Goodie bag)</i> .....	18
2.4. <i>Kansei Engineering</i> .....	19
2.4.1. Pengertian <i>Kansei Engineering</i> .....	19
2.4.2. Tipe dan Metode <i>Kansei Engineering</i> .....	21
2.5. Pengumpulan Data Melalui Daftar Pertanyaan .....	23
2.5.1. Jenis Pertanyaan .....	23
2.6. Teknik Membuat Skala .....	24
2.6.1. Skala <i>Likert</i> .....	24
2.6.2. Skala Perbedaan Semantik .....	25
2.7. Analisis <i>Conjoint</i> .....	26
2.8. Uji Validitas .....	27

2.9. Uji Reliabilitas .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
3.2. Jenis Penelitian .....	30
3.3. Variabel Penelitian .....	30
3.4. Kerangka Berfikir .....	31
3.5. Metode Analisis Data .....	32
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	34
3.7. Instrument Penelitian.....	35
3.8. Populasi dan Sampel.....	36
3.9. Pengolahan Data .....	37
3.10. Kesimpulan dan Saran .....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1. Pengumpulan Data.....	38
4.1.1. Pengumpulan Kata <i>Kansei</i> ( <i>Kansei Word</i> ).....	38
4.1.2. Penetapan Skala <i>Kansei</i> dari Kata <i>Kansei</i> .....	40
4.1.3. Pengurutan Spesifikasi Kategori .....	40
4.1.4. Kuesioner <i>Kansei</i> .....	41
4.1.5. Kuesioner Tertutup.....	50
4.2. Pengolahan Data .....	51
4.2.1. Analisis Statistik.....	51
4.2.2. Interpretasi Analisis Statistik Data.....	53

4.2.3. Uji Validitas .....	55
4.2.4. Uji Reliabilitas.....	56
4.2.5. Desain Tas <i>Sling bag</i> .....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1. Kesimpulan .....	64
5.2. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1. Data Penjualan Tas Sabina Collection.....	2
4.1. Kata <i>Kansei</i> Produk Tas .....	38
4.2. Kata <i>Kansei</i> Produk Tas Terpilih .....	39
4.3. Skala <i>Kansei</i> produk Tas .....	40
4.4. Spesifikasi Kategori Produk Tas .....	41
4.5. Rekapitulasi Kuesioner <i>Kansei</i> Produk Tas <i>Sling Bag</i> Kategori 1 (Bahan Kain).....	42
4.6. Rekapitulasi Kuesioner <i>Kansei</i> Produk Tas <i>Sling Bag</i> Kategori 2 (Bahan Kulit) .....	43
4.7. Rekapitulasi Kuesioner <i>Kansei</i> Produk Tas <i>Sling Bag</i> Kategori 3 (Bentuk Bulat) .....	44
4.8. Rekapitulasi Kuesioner <i>Kansei</i> Produk Tas <i>Sling Bag</i> Kategori 4 (Bentuk persegi Panjang).....	45
4.9. Rekapitulasi Kuesioner <i>Kansei</i> Produk Tas <i>Sling Bag</i> Kategori 5 (Varian Ukuran).....	46
4.10. Rekapitulasi Kuesioner <i>Kansei</i> Produk Tas <i>Sling Bag</i> Kategori 6 (Ukuran Sedang).....	47
4.11. Rekapitulasi Kuesioner <i>Kansei</i> Produk Tas <i>Sling Bag</i> Kategori 7 (Varian warna).....	48
4.12. Rekapitulasi Kuesioner <i>Kansei</i> Produk Tas <i>Sling Bag</i> Kategori 8 (Warna Kombinasi) .....	49
4.13. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Tertutup Produk Tas <i>Sling Bag</i> .....	50

4.14. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Rata-rata Produk tas <i>Sling Bag</i> .....	52
4.15. Hasil <i>Transpose</i> Atribut Data dan Kategori Terhadap <i>Kansei Word</i>	
Produk Tas <i>Sling Bag</i> .....	52
4.16. Hasil Rekapitulasi Perhitungan Utilitas Produk Tas <i>Sling Bag</i> .....	53
4.17. Hasil Pemilihan Modus Setiap Atribut dan Kategori Produk	
Tas <i>Sling Bag</i> .....	54
4.18. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Uji Validitas Menggunakan Rumus.....	55
4.19. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas .....	58





## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. <i>Product Life Cycles</i> .....	9
2.2. <i>Sling Bag</i> .....	17
2.3. <i>Messenger Bag</i> .....	17
2.4. <i>Tote Bag</i> .....	18
3.1. Kerangka Berfikir .....	31
3.2. Blog Diagram Metodologi Penelitian .....	33
4.1. Hasil Uji Validitas Produk Tas <i>Sling bag</i> .....	56
4.2. Hasil Uji Reliabilitas Produk Tas <i>Sling bag</i> .....	57
4.3. Desain Tas <i>Sling bag</i> Tampak Depan.....	58
4.4. Desain Tas <i>Sling bag</i> Tampak Belakang .....	59
4.5. Desain Tas <i>Sling bag</i> Tampak Atas.....	59
4.6. Desain Tas <i>Sling bag</i> Tampak Samping .....	60
4.7. Desain Tas <i>Sling bag</i> Tampak Bawah .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Kata-kata <i>Kansei</i> .....	68
Lampiran 2. Kuesioner <i>Kansei</i> .....	69
Lampiran 3. Kuesioner Tertutup .....	72
Lampiran 4. Tabel R .....	73
Lampiran 5. Rekapitulasi hasil Kuesioner Kata <i>Kansei</i> .....	74



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan produk dalam dunia industri sudah semakin maju. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu menghasilkan produk-produk yang baru dan inovatif. Produk-produknya diharapkan bisa bersaing dengan perusahaan lainnya. Kesuksesan perusahaan juga tidak luput dari peran konsumen, karena tingkat penjualan yang sangat besar merupakan salah satu faktor kemajuan perusahaan. Manusia menunjukkan minat yang kuat pada produk melalui emosi yang dirasakannya. Meskipun emosi sangat subyektif dan individualistik, (Desmen, 2008) mampu mengidentifikasi hubungan antara elemen produk dan ekspresi dari pelanggan. Secara mayoritas kualitas dan reliabilitas produk maupun jasa di pasaran adalah sama, dengan demikian evaluasi berdasarkan estetika dan emosi pengguna atau konsumen menjadi *precursor* yang sangat penting dalam pemilihan produk atau jasa tertentu.

Keberadaan sebuah tas bagi seseorang terutama wanita sudah menjadi suatu keharusan. Saat ini, pasar untuk tas wanita masih sangat luas karena tas merupakan salah satu kebutuhan wajib wanita. Umumnya wanita selalu menyertakan tas untuk melengkapi penampilannya, terutama saat mereka sedang berpergian. Untuk penunjang *stylish* wanita, ada banyak jenis tas yang berbeda ukuran dan modelnya yang wanita gunakan di setiap aktivitas. Salah satunya *Sling bag*. *Sling bag* mempunyai tali panjang sehingga bisa digunakan kapanpun dimanapun seseorang pergi. *Sabina collection* adalah salah satu produsen tas yang ada di Helvetia-Medan yang sudah memulai usaha

rumahan dalam pembuatan tas dari tahun 2015. UKM ini memproduksi tas untuk dijual secara eceran dan grosir. Jenis tas pesanan yang diproduksi Sabina *collection* diantaranya tas jinjing, *totebag*, *pouch*, *sling bag* dan lain-lain sesuai pesanan.

Saat ini kebutuhan dan keinginan pelanggan sangatlah dinamis dan sering menuntut layanan yang ekstra, baik itu ekstra cepat maupun ekstra manfaat. Mereka cenderung tidak loyal akan merek ataupun kualitas produk atau layanan tertentu. Jika di bandingkan dengan peluncuran produk pertama kali, penjualan produk cenderung menurun seiring bertambahnya waktu.

Perkembangan usaha kerajinan tas yang pesat menimbulkan kompetisi yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan & merebut *market share*, perusahaan membutuhkan pengembangan suatu produk. Perusahaan harus bisa menghasilkan produk yang bersaing di pasaran. Menghadapi persaingan usaha, Sabina *collection* perlu untuk menciptakan desain produk yang menarik dan berkualitas sehingga produk yang dihasilkan memenuhi selera pelanggan. Adapun data penjualan tas sabina *collection* adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1. Data Penjualan Tas Sabina Collection**

No.	Kode	Nama Barang	Penjualan Pada Bulan (Pcs)		Selisih	Keterangan
			Juni	Juli		
1	Ph	Pouch	1025	1055	3%	▲
2	Tj	Tas jinjing	835	950	14%	▲
3	Sb	Sling Bag	855	750	-12%	▼
4	Tb	Totebag	1300	1450	12%	▲

**Sumber : Sabina Collection**

Kondisi yang terjadi pada usaha dagang Sabina *collection* menunjukkan bahwa dalam penjualan tas model *sling bag* di bulan Juli 2019 masih terjadi penurunan.

Pengembangan desain produk tas *sling bag* merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan nilai tambah produk tas dengan mendesain tas berdasarkan keinginan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan tas wanita, yaitu model tas *sling bag*. *Sling bag* merupakan salah satu produk yang banyak diminati oleh konsumen, *sling bag* yang telah ada akan dikembangkan dengan membuat dan mengganti resleting yang lebih kuat, desain yang menarik, nyaman dan tahan lama.

Pengembangan produk tas *sling bag* dapat dilakukan dengan menggunakan metode *kansei engineering*. Menurut Nagamachi (2011), *kansei engineering* berusaha memproduksi produk baru berdasarkan perasaan dan permintaan konsumen. Untuk meningkatkan nilai tambah produk *sling bag* pada usaha dagang Sabina *Collection*, maka penyusun mencoba merekomendasikan desain *sling bag* dengan memperhatikan suara konsumen (*voice of customer*) melalui perancangan produk dengan menggunakan metode *kansei engineering*.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana cara mengembangkan produk tas dengan berdasarkan keinginan konsumen dengan pendekatan *kansei engineering*.

### 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menghasilkan kata *kansei* yang menjadi prioritas untuk perbaikan produk tas.
2. Menentukan tingkat kepentingan masing-masing item yang mempengaruhi selera konsumen.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menghasilkan desain tas yang kuat, menarik, nyaman dan tahan lama.
2. Sebagai pertimbangan kepada usaha dagang Sabina *Collection* untuk menaikkan nilai jual produk tas yang sudah ada.

### 1.5. Batasan Masalah dan Asumsi

Dalam penelitian ini dibuatlah batasan masalah agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang atau melenceng dari rumusan masalah dan tujuan penelitian, adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis tas yang akan diteliti adalah model yang di dapat dengan menggunakan metode *kansei engineering*.
2. Penelitian hanya dilakukan di usaha dagang Sabina *Collection*.
3. Hanya membuat satu gambaran desain produk tas.
4. Responden yang dijadikan sampel adalah masyarakat yang berjenis kelamin perempuan dengan *range* umur antara 15-25 tahun.
5. Perancangan produk tas ini tidak memperhitungkan biaya.

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seluruh data yang diperoleh dari usaha dagang Sabina *Collection* maupun sumber lain adalah benar.
2. Kondisi psikologis responden diasumsikan normal.

## 1.6. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan ini, penulis memberikan gambaran isi dari penyusunan skripsi yang dapat diperinci sebagai berikut :

### BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan asumsi dan sistematika penulisan.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai acuan pemecahan masalah.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang uraian lokasi penelitian, jenis penelitian, variable penelitian, data dari sumber data serta langkah pemecahan masalah.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengidentifikasi keseluruhan data hasil penelitian yang dilanjutkan dengan pengumpulan data. Dan menganalisis hasil penelitian dan perhitungan berdasarkan pengolahan data dan pemecahan masalah.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan atas semua yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, sedangkan saran-saran merupakan sub bab terakhir dalam penulisan bab ini.





## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Sistem Produksi

Secara umum produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (*input*) menjadi hasil keluaran (*output*). Dalam pengertian yang bersifat umum ini penggunaannya cukup luas, sehingga mencakup keluaran (*output*) yang berupa barang atau jasa. Dalam arti sempit, pengertian produksi hanya dimaksud sebagai kegiatan yang menghasilkan barang, baik barang jadi maupun barang setengah jadi, bahan industri dan suku cadang atau *spare parts* dan komponen. Hasil produksinya dapat berupa barang-barang konsumsi maupun barang-barang industri. Sistem produksi adalah suatu rangkaian dari beberapa elemen yang saling berhubungan dan saling menunjang antara satu dengan yang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Nasution & Yudha , 2008).

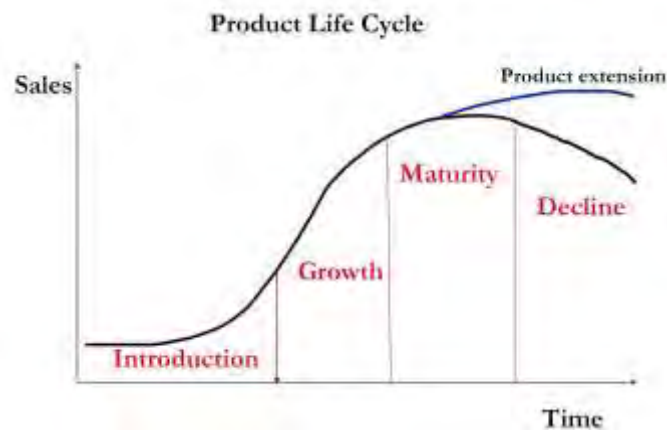
Ginting (2007) mendefinisikan sistem produksi merupakan kumpulan dari sub sistem yang saling berinteraksi dengan tujuan mentransformasikan *input* produksi menjadi *output* produksi. *Input* produksi ini dapat berupa bahan baku, mesin, tenaga kerja, modal dan informasi. Sedangkan *output* produksi merupakan produk yang dihasilkan berikut sampingannya seperti limbah, informasi, dan sebagainya. Sub sistem tersebut akan membentuk konfigurasi sistem produksi. Keandalan dari konfigurasi sistem produksi ini akan tergantung dari produk yang dihasilkan serta bagaimana cara menghasilkannya (proses produksinya). Cara menghasilkan produk yang dihasilkan produk tersebut dapat berupa jenis proses

produksi menurut cara menghasilkan produk, operasi dari pembuatan produk dan variasi dari produk yang dihasilkan.

Disamping itu produksi juga diartikan sebagai penciptaan nilai guna (*utility*) suatu barang dan jasa dimana nilai guna diartikan sebagai kemampuan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Pengertian lain dengan lebih sederhana mengatakan bahwa produksi adalah suatu kegiatan mengubah *input* (faktor produksi menjadi *output* barang dan jasa). Adanya perbedaan produksi dalam arti teknis dan ekonomi adalah secara teknis merupakan suatu pendayagunaan dari sumber-sumber yang tersedia.

### 2.1.1. Pengertian Produk

Produk adalah suatu keluaran (*output*) yang diperoleh dari sebuah proses produksi (*transformasi*) dan penambahan nilai yang dilakukan terhadap bahan baku (*material input*). Sedangkan Produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang atau jasa, untuk kegiatan dimana dibutuhkan faktor-faktor produksi yang dalam ilmu berupa tanah, modal, tenaga kerja, dan *skill*. (Wakhid, 2011) Produk mencakup lebih dari sekedar barang terwujud atau dapat dideteksi panca indra. Kalau diidentifikasi secara luas produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan atau bauran dari semua wujud diatas. Sebuah produk pasti mempunyai siklus kehidupan atau disebut *product life cycles*. Berikut gambar 2.1. *product life cycles*



**Gambar 2.1. Product Life Cycles**

Dari gambar diatas terdapat empat tahapan siklus *product life cycles*, antara lain :

1. Tahapan Pengenalan (*Introduction*)

Bila produk diperkenalkan, operasi penjualan tidak selalu bekerja baik, masih terdapat masalah kelambatan dalam perluasan kapasitas produksi, masalah-masalah teknis yang belum dapat diatasi dan harga tinggi. Diperlukan analisis pemasaran yang baik.

2. Tahapan Pertumbuhan (*Growth*)

Dalam tahap ini produk diperbaiki dan distandarisasi, dapat diandalkan dalam penggunaan dan harga lebih rendah, serta para konsumen membeli dengan sedikit desakan. Tahap ini dibedakan menjadi dua kelompok yaitu :

- a. Pertumbuhan cepat (*rapid growth*), tahap ini melakukan beberapa bentuk strategi antara lain meliputi penyempurnaan produk (penambahan karakteristik atau sifat tertentu dan pembuatan model baru), pengembangan segmen pasar baru, penambahan saluran distribusi baru dan pengurangan harga untuk merebut konsumen baru.

- b. Pertumbuhan lambat (*slow growth*), pada tahap ini penjualan masih meningkat, namun dengan pertumbuhan semakin menurun sebagian besar difokuskan untuk memperkuat dan mempertahankan posisi pasar serta membangun kesetiaan konsumen dan penyalur.

### 3. Tahapan Kedewasaan (*Maturity*)

Tahap kedewasaan adalah suatu periode penurunan dalam pertumbuhan penjualan karena produk itu telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial. Tahap ini dibagi menjadi tiga *fase* yaitu :

- a. *Growth maturity*, yaitu pertumbuhan penjualan mulai berkurang yang disebabkan oleh dewasaanya distribusi.
  - b. *Stable maturity*, yaitu penjualan menjadi mendatar yang disebabkan oleh jenuhnya pasar. Sebagian konsumen potensial telah mencoba produk baru yang ditawarkan perusahaan.
  - c. *Decaying maturity*, yaitu penjualan mulai menurun dan konsumen mulai bergerak ke produk lain atau produk substitusi.
- ### 4. Tahapan Penurunan (*Decline*)

Hampir semua produk akan sampai pada tahap ke empat, tahap penurunan dalam permintaan bila produk-produk digantikan oleh yang baru. tetapi tidak semua produk akan mengalami tahap ini. Oleh karena itu diperlukan ilmu pengembangan produk.

#### 2.1.2. Pengembangan Produk

Pengembangan produk terdiri dari pengembangan produk yang meliputi rencana produksi, distribusi dan penjualan. Pengembangan produk tidak berdiri

sendiri, melainkan bagian dari proses inovasi industri. Pengembangan produk ini meliputi hampir semua aspek dalam perusahaan. Ada beberapa alasan mengapa perlu adanya proses pengembangan produk yang baik, antara lain sebagai berikut :

#### 1. Jaminan Kualitas

Suatu proses pengembangan produk menjelaskan tahapan yang akan dilalui dan melakukan *check point* selama beberapa waktu pengembangan tersebut. Dengan pengawasan secara rutin terhadap proses pengembangan produk diharapkan kualitas produk yang dihasilkan terjamin.

#### 2. Koordinasi

Suatu proses pengembangan bisa menjadi *master plan* yang akan menjelaskan apa, kapan dan bagaimana suatu tim kecil dapat memberikan masukan terhadap usaha pengembangan tersebut.

#### 3. Rencana

Dalam suatu proses pengembangan terdapat hubungan aktivitas selama proses pengembangan berlangsung, termasuk waktu yang diperlukan setiap aktivitas. Sehingga dengan demikian dapat diketahui jadwal untuk semua kegiatan, kapan dimulai suatu kegiatan dan berakhirnya suatu kegiatan atau proyek pengembangan produk.

#### 4. Manajemen

Suatu proses pengembangan merupakan suatu perbandingan terhadap produk sejenis dari perusahaan lain terhadap keunggulannya. Dengan melakukan perbandingan pihak manajemen akan mengetahui letak permasalahannya.

#### 5. *Improvisasi*

Sistem dokumentasi yang baik pada organisasi pada pengembangan produk akan membantu dalam mengetahui peluang pengembangan.

### 2.1.3. Tahapan Pengembangan Produk

Tahapan pengembangan konsep merupakan *fase* terpenting dari pengembangan produk. Hal ini digunakan untuk mendefinisikan beberapa fungsi pengembangan produk dari awal dan akhir sebuah proses. Menurut (Widodo, 2005) pengembangan konsep produk baru terdiri dari :

1. Mengidentifikasi kebutuhan konsumen

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengerti kebutuhan konsumen dan mengkomunikasikan secara efektif kepada tim tentang kebutuhan tersebut.

*Output* adalah merancang kebutuhan pernyataan-pernyataan konsumen untuk ditransformasikan didalam pembuatan produk.

2. Analisa kompetitif produk

Pengertian dari kompetitif produk adalah usaha bagaimana sebuah produk baru dapat dibuat berdasarkan kekayaan ide dan tim dengan mempertimbangkan persaingan pasar yang dituju sehingga akan dapat membantu dalam perancangan dan proses produksi. Analisa ini biasa disebut *competitif benchmarking* yaitu mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan dari pesaing.

3. Menentukan spesifikasi target

Spesifikasi adalah suatu gambaran yang teliti dari apa yang suatu produk harus lakukan. Bertujuan untuk mentransformasikan dari seluruh keseluruhan kebutuhan konsumen ke dalam istilah teknis dengan memperhatikan

persaingan pasar. Hasilnya adalah daftar spesifikasi dan target yang harus dicapai.

#### 4. Pembangkitan konsep

Tujuan dari pembangkitan konsep adalah untuk menggali sepenuhnya ruang lingkup dari konsep produk yang diaplikasikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hasil dari kegiatan ini adalah 10 sampai 20 konsep yang berupa sketsa dan *statement* singkat gambaran produk.

#### 5. Pemilihan konsep

Pemilihan konsep adalah untuk menentukan konsep yang paling diminati didalam pengembangan produk setelah dilakukan analisa dan urutan-urutan penghilangan kegiatan yang tidak penting ditentukan satu konsep terpilih.

#### 6. Perbaikan spesifikasi

Berdasarkan nilai-nilai khusus yang mencerminkan keterbatasan yang melekat pada konsep produk yang diidentifikasi lewat permodelan teknik *trade off* (pertentangan) antara biaya dan *performance*.

#### 7. Analisa ekonomi

Pada analisa ekonomi ini akan memberikan model ekonomi dari produk baru tersebut yang digunakan menentukan kelanjutan dari program penyelesaian keseluruhan pengembangan produk baru dan untuk menyelesaikan *trade off* yang ada. Sebagai contoh biaya pengembangan dan biaya manufaktur.

#### 8. Perencanaan proyek

Kegiatan akhir dari pengembangan konsep yaitu tim membuat jadwal pengembangan, mengatur strategi waktu pengembangan yang singkat dan mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan untuk melengkapi proyek.

#### 2.1.4. Perancangan Produk

Perencanaan produk adalah proses menciptakan ide produk dan menindaklanjuti sampai produk diperkenalkan ke pasar. Selain itu, perusahaan harus memiliki strategi cadangan apabila produk gagal dalam pemasarannya. Termasuk diantaranya ekstensi produk atau perbaikan, distribusi, perubahan harga dan promosi.

Kesuksesan ekonomi suatu usaha tergantung kepada kemampuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, kemudian secara cepat menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut dengan biaya yang rendah. Hal ini bukan merupakan tanggung jawab bagian pemasaran, bagian manufaktur, atau bagian desain saja, melainkan merupakan tanggung jawab yang melibatkan banyak fungsi yang ada di perusahaan. Metode pengembangan produk berdasarkan kepada permintaan atau persyaratan serta spesifikasi produk oleh *customer* adalah metode yang cukup baik, karena dengan berbasis keinginan *customer* maka kemungkinan produk tersebut tidak diterima oleh *customer* menjadi lebih kecil.

Terdapat lima dimensi spesifikasi yang berhubungan dengan laba dan biasa digunakan untuk menilai kinerja usaha pengembangan produk, antara lain yaitu :

##### 1. Kualitas produk

Seberapa baik produk yang dihasilkan dari upaya pengembangan dan dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas produk pada akhirnya akan mempengaruhi pangsa pasar dan menentukan harga yang ingin dibayar oleh pelanggan.



## 2. Biaya produk

Biaya untuk modal peralatan dan alat bantu serta biaya produksi setiap unit disebut biaya manufaktur dari produk. Biaya produk menentukan berapa besar laba yang dihasilkan oleh perusahaan pada volume penjualan dan harga penjualan tertentu.

## 3. Waktu pengembangan produk

Waktu pengembangan akan menentukan kemampuan perusahaan dalam berkompetisi, menunjukkan daya tanggap perusahaan terhadap perubahan teknologi dan pada akhirnya akan menentukan kecepatan perusahaan untuk menerima pengembalian ekonomis dari usaha yang dilakukan tim pengembangan.

## 4. Biaya pengembangan

Biaya pengembangan biasanya merupakan salah satu komponen yang penting dari investasi yang dibutuhkan untuk mencapai profit.

## 5. Kapabilitas pengembangan

Kapabilitas pengembangan merupakan asset yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan produk dengan lebih efektif dan ekonomis dimasa yang akan datang.

## 2.2. Tas

Tas adalah wadah tertutup yang dapat dibawa bepergian materi untuk membuat tas antara lain adalah kertas, plastik, kulit, kain, dan lain-lain. Biasanya digunakan untuk membawa pakaian, buku, dan lain-lain. Tas yang dapat digendong di punggung disebut ransel, sedangkan tas yang besar untuk memuat

pakaian disebut koper (dari bahasa Belanda *koffer*). ada pula tas yang hanya berbentuk kotak yang biasanya dipergunakan oleh kaum wanita untuk membawa peralatan kecantikannya, biasanya disebut dengan tas kecantikan atau *beauty case*.

Sekarang tas menjadi salah satu industri yang sangat menggiurkan rata-rata penduduk didunia ini, menghabiskan sebagian dari uangnya untuk membelanjakan tas. Oleh karena, itu para pengusaha sangat tertarik untuk mengembangkan bisnisnya diindustri tas. Sekarang ada tas yang terbuat dari batik, modelnya tidak kalah menarik dari tas lainnya. Selain itu, tas ini memiliki corak yang menarik yang dapat menarik perhatian konsumen.

### 2.3. Jenis-jenis Model Tas

Tas merupakan *fashion item* yang pasti dimiliki setiap wanita. Sekarang ini, banyak sekali model tas yang tersedia dan setiap model punya gaya serta fungsi tersendiri. Berbagai kegiatan atau acara membutuhkan satu jenis model tas. Tas juga jadi barang koleksi, baik secara khusus oleh para pencinta fashion maupun sekedar untuk memiliki banyak opsi ketika dibutuhkan saja. Berikut berbagai jenis model tas :

1. Berdasarkan Pengguna, antara lain tas wanita, tas pria dan tas anak-anak.
2. Berdasarkan bentuk dan ukuran, antara lain tas selempang (*sling bag*), ransel, tas pesta, *beauty case*, tas laptop, tas hobo, *tote bag* dan koper.
3. Berdasarkan bahan, antara lain tas kertas, tas plastik, tas rajut, tas *spunbound*, tas berbahan alami dan tas daur ulang.

### 2.3.1. *Sling Bag*

Tas selempang atau yang dikenal dengan sebutan *sling bag* merupakan tas versi kecil dari tas *messenger* atau disebut juga tas kurir. Seiring dengan perkembangan *fashion*, tas *messenger* bukan hanya di gunakan oleh tukang pengantar surat atau kurir, namun sudah menjadi ikon *fashion* perkotaan. Tas selempang atau *sling bag* dan *messenger bag* memiliki perbedaan, baik dari segi ukuran dan kegunaanya kedua tas ini memiliki fungsi yang berbeda. Berikut gambar 2.2 dan 2.3 adalah model *sling bag* dan *messenger bag*.



**Gambar 2.2. *Sling Bag***

**Gambar 2.3. *Messenger Bag***

Tas selempang atau dikenal juga dengan sebutan *sling bag* adalah jenis tas yang cara pemakaiannya di bahu. Biasanya tali tas ini mempunyai ukuran yang panjang, sehingga sipemakainya dapat menggunakan tas ini dengan cara diselempangkan menyilang di dada. *Sling bag* mempunyai ukuran, bentuk dan warna yang sangat bervariasi. *Sling bag* dapat memberikan kesan maskulin bagi si

pemakai. Perkembangan tas kulit selempang tidak lepas dari kebutuhan sebagai tempat penyimpanan barang-barang kecil seperti *gadget*, dompet, buku catatan kecil dan sebagainya. Tas selempang merupakan salah satu aksesoris multifungsi yang memberi banyak manfaat.

### 2.3.2. *Tote Bag (Goodie Bag)*

*Tote bag* merupakan jenis tas berbentuk persegi yang masuk kedalam kategori tas jinjing. Meski pada awalnya banyak dibuat dari bahan kain kanvas yang memiliki karakteristik tebal dan kuat namun pada perkembangannya *tote bag* tersebut mulai dibuat dari bahan sintesis, seperti *nylon*, bahan kulit, hingga bahan daur ulang yang sesuai dengan konsep *green life*. Salah satu alasan mengapa *tote bag* tersebut banyak dipilih dan digemari oleh para wanita adalah karena harganya relatif terjangkau dan penggunaannya sangat praktis dapat digunakan untuk berbagai macam tujuan. Berikut gambar 2.4 adalah model *tote bag*



**Gambar 2.4. *Tote Bag***

Berdasarkan catatan sejarah keberadaan *tote bag* sendiri sudah dikenal sejak lama, tepatnya sejak abad ke 17. Hanya saja fungsi dan pemanfaatannya yang berbeda. Pada masa itu *tote bag* tidak diidentifikasi sebagai tas melainkan alat untuk membawa barang-barang. Barulah pada tahun 1900 *tote bag* mulai didefinisikan sebagai sebuah tas dan mulai marak digunakan di Amerika sejak LL Bean's mengeluarkan *boat bag* pada 1944. *Tote bag* berbahan kain kanvas yang di desain untuk pelaut ini secara garis besar memiliki bentuk yang kokoh dan cenderung sederhana. *Tote bag* juga banyak digunakan oleh loper koran dan mahasiswa karena sederhana, praktis, dan bersifat fungsional. Oleh sebab itulah *tote bag* tersebut juga pernah disebut sebagai "*newsboy bags*". Hingga akhirnya *tote bag* yang memiliki julukan lain *truly american classic bags* ini mulai digunakan sebagai tas tangan oleh para wanita pada tahun 1950an. *Tote bag* yang berkembang pada saat itu lebih banyak digunakan karena alasan fungsinya bukan karena faktor gaya.

## **2.4. Kansei Engineering**

### **2.4.1. Pengertian Kansei Engineering**

Kansei merupakan bagian dari ergonomi afektif. Banyak definisi dan klasifikasi tentang "emosi (*emotion*)" yang tersedia dalam literatur yang terkait dengan desain produk, pemasaran, psikologi, dan sebagainya. Dalam bahasa Jepang, istilah untuk "emosi" disebut sebagai kansei atau *psychological feelings*. Menurut (Nagamachi, 2011), kansei didefinisikan sebagai perasaan psikologis pelanggan atau pengguna akan produk baru. Sebuah kesan mewah, cantik, elegan dan kuat pada produk atau layanan sangatlah diharapkan. Semua indera manusia

termasuk penglihatan, pendengaran, perasaan, bau, rasa, serta kognisi akan terlibat secara simultan (Hartono Markus, 2018). Orang yang kaya akan *kansei* adalah mereka yang penuh emosi, pengetahuan, gairah dan kemampuan untuk beraksi secara sensitif terhadap perubahan lingkungan. Jika perancang produk mampu menangkap peluang ini dan memanjakan mereka maka akan tercipta kepuasan emosional yang mengarah pada loyalitas dan *delight*.

Namun, emosi saja tidaklah cukup untuk menggambarkan *kansei*. Dengan menginterpretasikan apa sebenarnya yang diinginkan oleh pengguna atau konsumen, dan merealisasikannya dalam bentuk produk fisik atau jasa, kemudian melakukan konfirmasi kepada pengguna, itulah esensi dari *kansei*. Jika konsumen atau pengguna meluapkan kesan positif atas tampilan dan manfaat sebuah produk, dan secara bersamaan membuahkannya unsur “wow” serta ditutup dengan konfirmasi “saya akan membelinya” maka *kansei* berhasil dicapai.

Pada dasarnya kebutuhan emosional konsumen akan suatu produk layanan atau jasa semakin dominan. *Kansei engineering* (KE) adalah metode untuk memastikan bahwa suatu produk atau jasa memenuhi tanggapan emosional yang diinginkan (Mu’alim dan Rachmad Hidayat, 2014). *Kansei* berasal dari bahasa Jepang yang berarti perasaan emosional konsumen dan gambaran mengenai produk baru. Ketika pengguna ingin membeli sesuatu, dia memiliki gambaran produk seperti “mewah, cantik dan kuat”. Teknologi *kansei engineering* memungkinkan gambaran dan perasaan konsumen menjadi suatu produk baru (Nagamachi, 2002). *Kansei engineering* bertujuan untuk menghasilkan suatu produk baru berdasarkan perasaan dan permintaan konsumen. Terdapat empat poin yang diperhatikan dalam *kansei engineering*, yaitu:

1. Bagaimana memahami perasaan konsumen (*kansei*) tentang produk dalam cangkupan ergonomi dan perkiraan emosi.
2. Bagaimana mengidentifikasi karakteristik desain produk dari konsumen *kansei*.
3. Bagaimana membangun *kansei engineering* sebagai teknologi ergonomi dan
4. Bagaimana menyesuaikan desain produk pada perubahan arus sosial atau pilihan tren orang-orang (Nagamachi, 2002).

#### 2.4.2. Tipe dan Metodologi *Kansei Engineering*

Menurut (Nagamachi, 2002) berdasarkan pada metodologi dan kompleksitasnya, setidaknya ada enam jenis atau tipe metodologi *kansei engineering* (KE) yang berbeda, antara lain yaitu :

##### 1. Klasifikasi kategori

adalah yang paling umum digunakan, dan sangat sederhana/cepat. Ini dimulai dengan *zero-level concept*, yang dipecah menjadi beberapa sub-konsep. *Zero-level concept* adalah konsep utama dan dasar yang menjadi intisari dari desain produk atau jasa. Perumusan *zero-level concept* ini memerlukan pemahaman dan formulasi terintegrasi dari kebutuhan memerlukan pemahaman dan formulasi terintegrasi dari kebutuhan konsumen yang beranekaragam akan sebuah produk atau jasa tertentu dan dikerucutkan. Di sini, strategi produk atau pasar diidentifikasi dan dikembangkan menjadi suatu struktur pohon yang mampu mengidentifikasi kebutuhan afektif pelanggan.

## 2. Sistem rekayasa *kansei* (KES)

Hal ini dikenal sebagai *forward KE*, yaitu penggunaan sistem komputer yang dibantu oleh mesin interferensi dan *database kansei*. Hubungan antara *kansei* dan sifat produk dibuat melalui metode matematika statistik. Hal ini hanya dapat digunakan untuk mengkonversikan atau menerjemahkan *kansei* konsumen ke dalam parameter desain.

## 3. Sistem rekayasa *kansei* (KES) hibrida

Ini dikenal sebagai *backward KE*. Tipe ini digunakan untuk membangun *database* dari elemen produk-produk terkait dan relevan yang dapat digunakan dalam urutan terbalik untuk memprediksi *kansei* yang dimiliki oleh seorang pengguna atau sebuah konsep.

## 4. Model KE

Ini berfokus pada model prediksi matematika untuk mengakses perasaan manusia yang berupa serangkaian kata-kata atau *kansei words* yang dihubungkan dengan atribut produk atau jasa.

## 5. *Virtual reality* (VR)

sebuah teknologi canggih untuk menempatkan pengguna dalam lingkungan virtual 3D untuk mengatur dan memanipulasi keinginannya.

## 6. KE Kolaboratif

sistem KE yang di dukung oleh internet. Dengan menggunakan desain kolaboratif, banyak keuntungan yang akan diperoleh seperti menawarkan sudut pandang dari pelanggan dan *desainer*, memperpendek *fase* pengembangan awal sebuah produk, dan memperoleh banyak ide karena bekerja dengan banyak peserta.



## 2.5. Pengumpulan Data Melalui Daftar Pertanyaan

Alat lain untuk mengumpulkan data adalah daftar pertanyaan, yang sering disebutkan secara umum dengan nama kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, atau daftar pertanyaan tersebut cukup terperinci dan lengkap. Ini membedakan daftar pertanyaan dengan *interview guide*. Keterangan-keterangan yang diperoleh dengan mengisi daftar pertanyaan, dapat dilihat dari segi siapa yang mengisi (menulis isian) daftar pertanyaan tersebut. Sehubungan dengan ini, sering dibedakan antara kuesioner dengan *schedule*. Jika yang menuliskan isian ke dalam kuesioner, adalah responden, maka daftar pertanyaan tersebut dinamakan kuesioner, sedangkan jika yang menulis isian adalah pencatat yang membawakan daftar isian dalam suatu tatap muka, maka daftar pertanyaan tersebut dinamakan *schedule*. Pencatat yang mengadakan wawancara sesuai dengan daftar pertanyaan dinamakan *enumerator* (Nazir, 2005).

### 2.5.1. Jenis Pertanyaan

Pertanyaan yang dibuat dalam kuesioner dapat memperoleh jawaban yang berjenis-jenis, atau menjurus kepada beberapa alternatif jawaban yang sudah diberikan lebih dahulu. Dalam hubungannya dengan leluasa tidaknya responden memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, pertanyaan dapat dibagi dalam dua jenis, yaitu pertanyaan berstruktur dan pertanyaan terbuka.

#### 1. Pertanyaan berstruktur

Pertanyaan berstruktur adalah pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa, sehingga responden dibatasi dalam memberi jawaban kepada beberapa

alternatif saja ataupun kepada satu jawaban saja. Jawaban yang paling mudah terhadap pertanyaan berstruktur adalah “Ya” atau “Tidak”.

## 2. Pertanyaan terbuka

Pertanyaan terbuka atau pertanyaan tidak berstruktur adalah pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa dan jawabannya serta cara pengungkapannya dapat bermacam-macam. Bentuk pertanyaan ini jarang digunakan dalam kuesioner, tetapi banyak digunakan dalam *interview guide*. Responden mempunyai kebebasan dalam menjawab pertanyaan terbuka. Dalam pertanyaan terbuka ini, responden tidak terikat kepada alternatif-alternatif jawaban (Nazir, 2005).

### 2.6. Teknik Membuat Skala

Teknik membuat skala tidak lain dari teknik mengurutkan sesuatu dalam suatu kontinu. Teknik membuat skala ini penting sekali artinya dalam penelitian ilmu-ilmu sosial, karena banyak data dalam ilmu-ilmu sosial mempunyai sifat kualitatif. Menurut (Nazir, 2005) bahwa teknik membuat skala adalah cara mengubah fakta-fakta kualitatif (atribut) menjadi suatu urutan kuantitatif (variabel).

#### 2.6.1. Skala *Likert*

Menurut (Rosnani Ginting, 2010) Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan ataupun pernyataan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain: Sangat Penting (SP), Penting (P), Ragu-ragu (R), Tidak Penting (TP), Sangat Tidak Penting (STP).

Untuk penilaian ekspektasi pelanggan, maka jawaban itu dapat diberi skor misalnya :

1. Sangat penting (SP) : 5
2. Penting (P) : 4
3. Ragu-ragu (R) : 3
4. Tidak penting (TP) : 2
5. Sangat tidak penting (STP) : 1

Untuk penilaian persepsi pelanggan, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya :

1. Sangat baik (SB) : 5
2. Baik (B) : 4
3. Ragu-ragu (R) : 3
4. Tidak baik (TB) : 2
5. Sangat tidak baik (STB) : 1

### 2.6.2. Skala Perbedaan Semantik

Skala yang dikembangkan oleh *Osgood*, *Suci* dan *Tannenbaum* berkehendak untuk mengukur pengertian suatu objek atau konsep oleh seseorang. Responden diminta untuk menilai suatu konsep atau objek (misalnya sekolah, guru, pelajaran, korupsi, Golkar, bimas, dan sebagainya) dalam suatu

skala bipolar dengan lima buah titik. Skala bipolar adalah skala yang berlawanan seperti baik-buruk, cepat-lambat, dan sebagainya, (Nazir, 2005).

## 2.7. Analisis Conjoint

Tujuan dari analisis *conjoint* adalah mengetahui bagaimana persepsi seseorang terhadap suatu objek yang terdiri dari satu atau banyak bagian. Hasil utama dari *conjoint analysis* adalah suatu bentuk (desain) produk barang, jasa atau objek tertentu yang diinginkan oleh sebagian besar responden. Banyaknya bidang saat ini dapat menggunakan analisis *conjoint*. Analisis *conjoint* pada awalnya populer digunakan pada bidang riset pemasaran, khususnya pada berbagai riset untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap berbagai desain produk. Langkah-langkah proses analisis *conjoint* adalah sebagai berikut :

### 1. Menentukan nilai *constant*

Nilai *constant* merupakan nilai rata-rata dari jumlah skala pada kuesioner. contoh : karena responden 1 mengisi angka 1 sampai 8, maka rata-rata adalah

$$(1+2+3+4+5+6+7+8)/8 = 4.5$$

### 2. Menentukan nilai rata-rata faktor

Nilai rata-rata diperoleh dari penilaian keseluruhan responden terhadap suatu faktor dengan angka penilaian pada skala penilaian.

### 3. Menentukan nilai *utility*

*Utility* merupakan selisih antara rata-rata faktor tertentu dengan nilai *constant*.

Jika selisih adalah negatif, maka responden kurang suka dengan stimuli produk tersebut. Sebaliknya jika selisih adalah positif, maka responden suka dengan stimuli tersebut (Santoso, 2012).

## 2.8. Uji Validitas

Uji Validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Teknik untuk mengukur validitas kuesioner adalah dengan menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total, memakai rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana :

$r$  = Koefisien korelasi

$N$  = Jumlah responden data pengamatan

$X$  = Nilai *item product*

$Y$  = Jumlah nilai dari suatu responden untuk semua *item product*

$\sum X$  = Jumlah skor butir x yang didapat dari rekap data kepentingan konsumen

$\sum y$  = Jumlah skor faktor y yang didapat dari rekap data dari kerja

$\sum x^2$  = Jumlah skor butir x kuadrat

$\sum y^2$  = Jumlah skor butir y kuadrat

*Item* instrument dianggap valid jika besar dari 0.3 atau bisa juga dengan membandingkannya dengan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrument dinyatakan valid (Sinulingga, 2015).

## 2.9. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan instrumen dalam hal ini berupa kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Reliabilitas instrumen mencirikan

tingkat konsistensi. Banyak rumus yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas diantaranya adalah koefisien *Alpha Cronbach* yang pertanyaannya menggunakan skor dalam rentangan tertentu (Sinulingga, 2015). Langkah-langkah yang digunakan dalam pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis

Ho : butiran kuesioner reliabel

H1 : butiran kuesioner yang tidak reliabel

2. Menentukan nilai  $r_{tabel}$

Dengan tingkat signifikansi 5%

Derajat kebebasan (df) = n-2

Maka nilai  $r_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel r

3. Menentukan nilai  $r_{hitung}$  dengan menggunakan *software* SPSS dapat dilihat pada *cronbch alpha*. Sedangkan secara manual reliabilitas dapat diperoleh menggunakan rumus :

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2 . b}{\sigma^2 . t} \right)$$

Dimana :

k = Jumlah butiran pertanyaan

$\sigma^2 . t$  = Variansi total butir pertanyaan

$\sigma^2 . b$  = Variansi butir pertanyaan

4. Membandingkan besar nilai  $r_{tabel}$  dengan  $r_{hitung}$

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka Ho diterima

Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka Ho ditolak

Kategori koefisien reliabilitas (Guilford, 1956) adalah sebagai berikut :

$0,80 < r \leq 1,00$	reliabilitas sangat tinggi
$0,60 < r \leq 0,80$	reliabilitas tinggi
$0,40 < r \leq 0,60$	reliabilitas sedang
$0,20 < r \leq 0,40$	reliabilitas rendah
$-1,00 \leq r \leq 0,20$	reliabilitas sangat rendah (tidak <i>reliable</i> )



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di usaha dagang Sabina *Collection*. Sabina *collection* adalah salah satu produsen tas yang ada di Helvetia-Medan yang sudah memulai usaha rumahan dalam pembuatan tas dari tahun 2015. UKM ini memproduksi tas untuk dijual secara eceran dan grosir. Jenis tas pesanan yang diproduksi Sabina *collection* diantaranya tas jinjing, *tote bag*, *pouch*, *sling bag* dan lain-lain sesuai pesanan. Penelitian dilakukan pada bulan Januari-Maret 2020.

#### 3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian metode survei. Menurut (Sugiyono, 2013) metode survei adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antara variabel, sosiologis maupun psikologis.

#### 3.3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, variabel-variabel penelitian dibagi atas :



### 1. Variabel terikat (*variabel dependen*)

Variabel terikat (*variabel dependen*) sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Adapun variabel tak bebas dalam penelitian ini adalah karakteristik produk berdasarkan *kansei*, karakteristik teknis produk, dan usulan pengembangan produk *sling bag* berdasarkan metode *kansei engineering*.

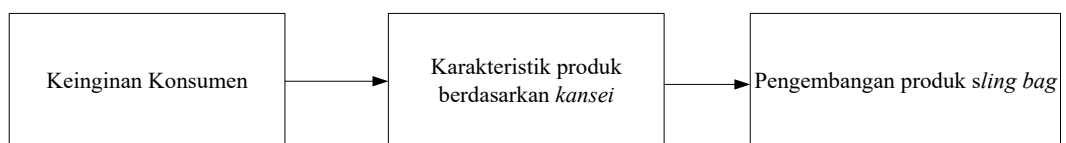
### 2. Variabel bebas (*variabel independen*)

Variabel bebas (*variabel independen*) sering disebut sebagai *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2013). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah keinginan konsumen.

## 3.4. Kerangka Berfikir

Berdasarkan pemahaman terhadap sifat hubungan antar faktor dalam konsep metode *kansei engineering* (KE), maka hubungan antar faktor atau *variable* yang dikembangkan menjadi kerangka berfikir penelitian dapat disusun seperti gambar 3.1. berikut ini:

3.1. berikut ini:



**Gambar 3.1. Kerangka Berfikir**

### 3.5. Metode Analisis Data

Untuk memecahkan masalah dalam skripsi ini, digunakan dengan menggunakan metode *kansei engineering* yang dimulai dengan :

1. Menentukan masalah

Dalam menentukan permasalahan dilakukan analisa dengan cara stratifikasi data yang ada dari beberapa segi.

2. Peninjauan lapangan

Peneliti melakukan tinjauan ke perusahaan tempat melakukan penelitian serta mengamati sesuai dengan tujuan yang telah dibuat.

3. Studi *literature*

Peneliti melakukan studi literatur dari berbagai buku yang sesuai dengan permasalahan yang diamati di perusahaan.

4. Pengumpulan data

Kegiatan yang dilakukan dalam pengumpulan data, antara lain:

- a. Pengamatan langsung, melakukan pengamatan langsung ke UKM.
- b. Wawancara, mewawancarai berbagai pihak yang berhubungan
- c. Merangkum data tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

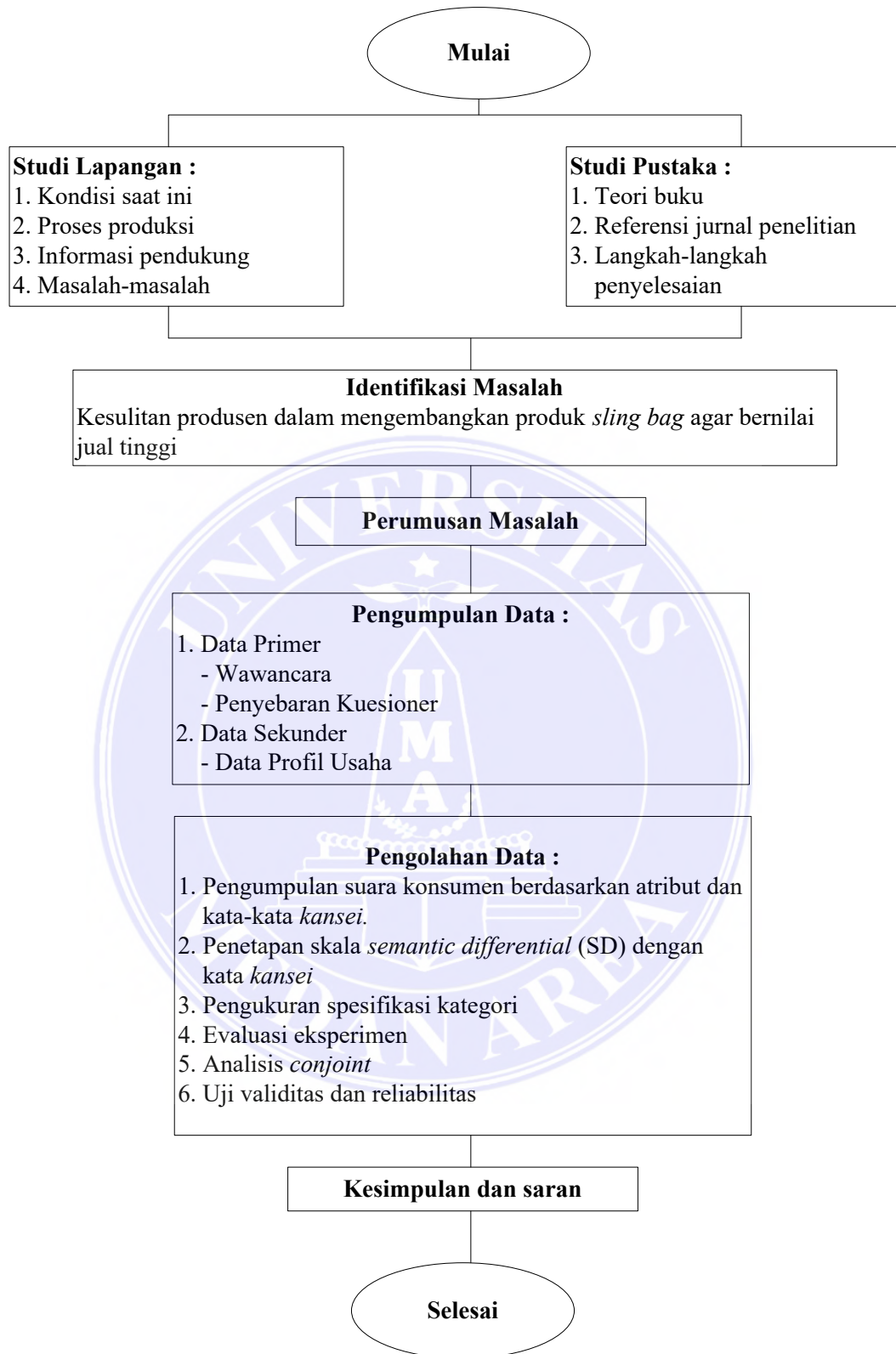
5. Pengolahan data

Data yang terkumpul diolah dengan menggunakan metode *kansei engineering*

6. Analisa dan pemecahan masalah

Hasil dari pengolahan data yang berupa perhitungan akan dianalisa, dilakukan pemecahan masalah, lalu diberikan rekomendasi perbaikan.

7. Langkah terakhir menarik kesimpulan dari hasil penelitian.



**Gambar 3.2. Blok Diagram Metodologi Penelitian**

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini maka dilakukan pengumpulan data melalui metode dibawah ini, yaitu :

#### 1. Observasi langsung

Observasi langsung ke bagian pembuatan tas. Kemudian melakukan pengamatan langsung terhadap proses pembuatan tas. Observasi juga dilakukan untuk mencatat gambaran umum perusahaan yang berupa data umum perusahaan.

#### 2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara diskusi dan tanya jawab langsung pada pekerja maupun pemilik usaha pembuatan tas.

Sedangkan pengambilan data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua), yaitu sebagai berikut:

#### 1. Data primer

Data primer adalah informasi atau data orisinil yang dikumpulkan dan berhubungan dengan objek yang akan diteliti. Mengumpulkan data primer dengan pengamatan langsung dan melakukan wawancara dengan pihak perusahaan untuk mendapat data yang dibutuhkan. Instrumen dari pengumpulan data adalah wawancara. Adapun data yang dibutuhkan adalah data kuesioner keinginan konsumen, data kuesioner *kansei*, data kuesioner tertutup, dan data kuesioner karakteristik teknis.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yang biasanya berbentuk dokumen, *file*, arsip, atau catatan-catatan perusahaan. Data ini diperoleh melalui dokumentasi perusahaan, literatur, dan buku bacaan lainnya yang

berhubungan dengan penelitian. Adapun data sekunder adalah struktur organisasi perusahaan, data bahan dan proses produksi, sejarah perusahaan, ruang lingkup bidang usaha, struktur organisasi, nama dan spesifikasi peralatan, dan daerah pemasaran.

### 3.7. Instrument Penelitian

Kuesioner merupakan instrument penelitian yang digunakan untuk mengetahui keinginan konsumen. Adapun bentuk kuesioner yang disebarkan kepada responden sebagai instrument penelitian adalah sebagai berikut :

#### 1. Kuesioner Pendahuluan

Kuesioner pendahuluan merupakan jenis pertanyaan terbuka tentang pengembangan desain tas yang diinginkan konsumen. Pertanyaan terbuka merupakan pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa dan jawabannya serta cara pengungkapannya dapat bermacam-macam. Responden mempunyai kebebasan dalam menjawab pertanyaan terbuka (Nazir, 2005). Dalam pertanyaan terbuka ini, responden tidak terikat kepada alternatif-alternatif jawaban.

#### 2. Kuesioner *kansei*

Kuesioner *kansei* merupakan jenis pertanyaan dengan menggunakan kata *kansei* terpilih sebagai metode penilaian kategori atribut dalam bentuk skala *semantic differential*. Skala *semantic differential* merupakan skala yang berfungsi untuk mengukur pengertian suatu objek atau konsep oleh seseorang dalam suatu skala bipolar dengan tujuh buah titik. Skala bipolar adalah skala yang berlawanan seperti baik-buruk, cepat-lambat, dan sebagainya (Nazir, 2005).

### 3. Kuesioner Tertutup

Kuesioner tertutup merupakan jenis pertanyaan tertutup untuk menilai tingkat kepentingan atribut terpilih dengan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain : Sangat Penting (SP), Penting (P), Ragu-ragu (R), Tidak Penting (TP), Sangat Tidak Penting (STP) (Rosnani ginting, 2010).

#### 3.8. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan anggota atau kelompok yang membentuk objek yang dikenakan investigasi oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen tas wanita di Kota Medan.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2007). Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 responden yang dianggap mengerti terhadap pengembangan produk tas. Latar belakang responden terdiri dari pelajar, mahasiswa, pengusaha, pegawai yang berjenis kelamin perempuan dan dengan rentang usia 15-25 tahun.

Sampel yang diambil menggunakan Metode Slovin :

$n$  = ukuran sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = persentase kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel

$$e = 10 \% (0,1)$$

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$= \frac{45}{1+45(0,1)^2}$$

$$= \frac{45}{1,45} = 31,03 \approx 30$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang diambil pada penelitian ini adalah sebanyak 30 orang.

### 3.9. Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pengumpulan suara konsumen berdasarkan atribut dan kata-kata *kansei*.
2. Analisis *conjoint* dari hasil jawaban kuesioner kansei (*semantic differential*).  
Atribut produk terpilih diperoleh berdasarkan analisis *conjoint* dengan nilai *utility* terbesar.
3. Penilaian tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut produk terpilih. Nilai tingkat kepentingan diperoleh dari hasil kuesioner tertutup atribut produk terpilih.

### 3.10. Kesimpulan dan Saran

Dari hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini dan juga memberikan saran pengembangan produk *sling bag* hasil *redesign* yang mempunyai nilai jual tinggi menaikkan omzet pemilik usaha.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil pengolahan, analisis data dan tujuan penelitian yaitu :

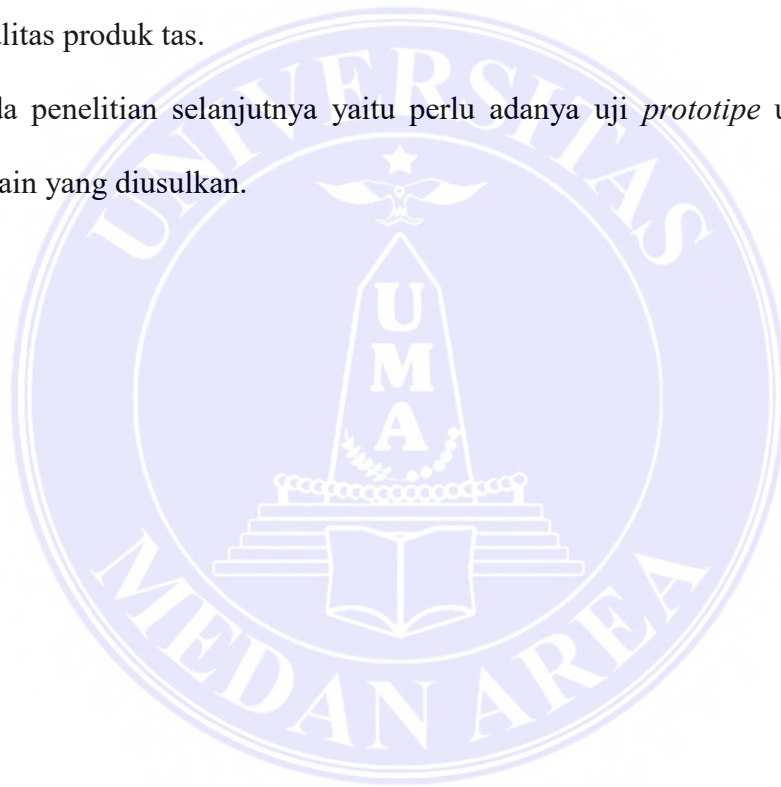
1. Kata *kansei* yang menjadi prioritas untuk perbaikan produk tas *sling bag* dari hasil penelitian adalah menarik, elegan, simpel, tahan lama, ringan, sedang, dan motif.
2. Tingkat kepentingan masing-masing *item* yang mempengaruhi selera konsumen antara lain sebagai berikut :
  - a. Bahan tas *sling bag* adalah berbahan kain dengan 4 kata *kansei* yaitu menarik, ringan, sedang, dan polos, yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2.27, 1.90, 1.43 dan 0.17.
  - b. Bentuk tas *sling bag* adalah persegi panjang dengan 7 kata *kansei* yaitu menarik, elegan, simpel, tahan lama, ringan, sedang dan motif, yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2.43, 2.23, 2.40, 2.27, 1.87, 2.10, dan 0.33.
  - c. Ukuran tas *sling bag* adalah ukuran sedang dengan 5 kata *kansei* yaitu menarik, elegan, simpel, tahan lama dan ringan, yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2.37, 2.57, 2.23, 2.13 dan 2.30.
  - d. Warna tas *sling bag* adalah varian warna dengan 6 kata *kansei* yaitu menarik, elegan, simpel, tahan lama, ringan dan motif, yang memiliki nilai *utility* terbesar yaitu 2.47, 2.53, 2.10, 2.10, 1.93 dan 0.77.



## 5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diajukan setelah penelitian tugas sarjana adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat diterapkan di UD. Sabina *Collection* sehingga memiliki nilai tambah dan harga jual yang tinggi untuk produk tas *sling bag*.
2. penelitian lebih lanjut disarankan menambah referensi dari atribut tentang kualitas produk tas.
3. Pada penelitian selanjutnya yaitu perlu adanya uji *prototipe* untuk menguji desain yang diusulkan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Wakhid. 2011. *Pengembangan Desain Kursi Roda Khususnya Pada Lansia Berdasarkan citra (image) produk dengan metode kansei engineering*.
- Arman Hakim Nasution, Yudha Prasetyawan, 2008. *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ginting, Rosnaini. 2007. *Sistem Produksi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Ginting, Rosnaini. 2010. *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Guilford, J.P. 1956. *Fundanmental Statistic in Psychology and Education*. 3<sup>rd</sup> Ed. McGraw-Hill Book Company, inc. Gulo, W 2002. Metode Penelitian.
- Hartono, Markus. 2018. *Kansei Engineering di Industri Jasa*. Malang: Media Nusa Creative.
- Mu'alim dan Hidayat. 2014. *Redesain Kemasan Dengan Metode Kansei Engineering*. Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Saints dan Teknologi, 2(4):215-2 Retrieved From :  
<http://jurnal.uai.ac.id/index.php/SST/article/download/156/146>
- Nagamachi, M. 2002. *Kansei Engineering as a Powerful Consumer Oriented Technology For Product Development*. *Applied Ergonomics*.
- Nagamachi, M. 2011. *Kansei Affective Engineering*. Jepang.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Santoso, Singgih. 2012. *Statistik Parametik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Sinulingga, Sukaria. 2015. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta Bandung.

Risdarwanto, 2018. Pengembangan Olahan Ikan Kekek Menggunakan Metode Kansei Engineering dan Quality Function Deployment. [Http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/7814](http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/7814) diakses terakhir 2018.

Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. FT-UMA Medan.

Widodo. I.D. 2005. *Perencanaan dan Pengembangan Produk*. Yogyakarta: UII Press.

Wiktionary, 8 februari 2019. <https://id.wiktionary.org/wiki/menarik> (diakses terakhir 26 agustus 2020)



Lampiran 1

**KUESIONER KATA-KATA KANSEI**

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian **“isilah pertanyaan dibawah ini pada baris jawaban yang tersedia”**

1. Bagaimana jenis/model tas yang anda inginkan ?

Jawab :

2. Bagaimana design tas yang anda inginkan ?

Jawab :

3. Apa warna tas yang anda inginkan?

Jawab :

4. Bagaimana bahan tas yang anda inginkan?

Jawab :

5. Bagaimana tali tas yang anda inginkan?

Jawab :

6. Bagaimana motif atau corak tas yang anda inginkan ?

Jawab :

7. Berapa ukuran tas yang anda inginkan ?

Jawab :

8. Berapa berat tas yang anda inginkan ?

Jawab :

9. Bagaimana kualitas tas yang anda inginkan ?

Jawab :

10. Apakah tas yang anda inginkan polos, bercorak atau kombinasi ? (sertakan alasan)

Lampiran 2

**KUESIONER KANSEI**

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Berikut adalah contoh produk tas model sling bag yang ada dipasar.



Contoh pengisian kuesioner

Kansei	1	2	3	4	5	6	7	Kansei
Tidak Menarik	Sangat cocok	Cocok tidak menarik	Sedikit cocok tidak menarik	Netral	Sedikit cocok menarik	Cocok menarik	Sangat cocok menarik	Menarik
	tidak menarik	√	menarik					

Isilah kuesioner dibawah ini sesuai dengan keinginan anda terhadap kriteria tas model sling bag yang menarik menurut perasaan anda.

1. Kategori 1 (Bahan Kain)

No.	Kansei	1	2	3	4	5	6	7	Kansei
1.	Tidak menarik								Menarik
2.	Tidak elegan								Elegan
3.	Tidak simpel								Simpel
4.	Tidak tahan lama								Tahan lama
5.	Berat								Ringan
6.	Tidak sedang								Sedang
7.	Polos								Motif

2. Kategori 2 (Bahan Kulit)

No.	Kansei	1	2	3	4	5	6	7	Kansei
1.	Tidak menarik								Menarik
2.	Tidak elegan								Elegan
3.	Tidak simpel								Simpel
4.	Tidak tahan lama								Tahan lama
5.	Berat								Ringan
6.	Tidak sedang								Sedang
7.	Polos								Motif

3. Kategori 3 (Bentuk Bulat)

No.	Kansei	1	2	3	4	5	6	7	Kansei
1.	Tidak menarik								Menarik
2.	Tidak elegan								Elegan
3.	Tidak simpel								Simpel
4.	Tidak tahan lama								Tahan lama
5.	Berat								Ringan
6.	Tidak sedang								Sedang
7.	Polos								Motif

4. Kategori 4 (Bentuk Persegi panjang)

No.	Kansei	1	2	3	4	5	6	7	Kansei
1.	Tidak menarik								Menarik
2.	Tidak elegan								Elegan
3.	Tidak simpel								Simpel
4.	Tidak tahan lama								Tahan lama
5.	Berat								Ringan
6.	Tidak sedang								Sedang
7.	Polos								Motif

5. Kategori 5 (Varian Ukuran)

No.	Kansei	1	2	3	4	5	6	7	Kansei
1.	Tidak menarik								Menarik
2.	Tidak elegan								Elegan
3.	Tidak simpel								Simpel
4.	Tidak tahan lama								Tahan lama
5.	Berat								Ringan
6.	Tidak sedang								Sedang
7.	Polos								Motif

6. Kategori 6 (Ukuran Sedang)

No.	Kansei	1	2	3	4	5	6	7	Kansei
1.	Tidak menarik								Menarik
2.	Tidak elegan								Elegan
3.	Tidak simpel								Simpel
4.	Tidak tahan lama								Tahan lama
5.	Berat								Ringan
6.	Tidak sedang								Sedang
7.	Polos								Motif

7. Kategori 7 (Varian Warna)

No.	Kansei	1	2	3	4	5	6	7	Kansei
1.	Tidak menarik								Menarik
2.	Tidak elegan								Elegan
3.	Tidak simpel								Simpel
4.	Tidak tahan lama								Tahan lama
5.	Berat								Ringan
6.	Tidak sedang								Sedang
7.	Polos								Motif

8. Kategori 8 (Warna Kombinasi)

No.	Kansei	1	2	3	4	5	6	7	Kansei
1.	Tidak menarik								Menarik
2.	Tidak elegan								Elegan
3.	Tidak simpel								Simpel
4.	Tidak tahan lama								Tahan lama
5.	Berat								Ringan
6.	Tidak sedang								Sedang
7.	Polos								Motif

Lampiran 3

**KUESIONER TERTUTUP**

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Berikut adalah contoh produk tas model sling bag yang ada dipasar.



Contoh pengisian kuesioner

Kansei	1	2	3	4	5	6	7	Kansei
Tidak Kain	Sangat cocok tidak kain	Cocok tidak kain ✓	Sedikit cocok tidak kain	Netral	Sedikit cocok kain	Cocok kain	Sangat cocok kain	kain

Isilah kuesioner dibawah ini sesuai dengan keinginan anda terhadap kriteria tas model sling bag yang menarik menurut perasaan anda.

No.	Kansei	1	2	3	4	5	6	7	Kansei
1.	Tidak kain								Kain
2.	Tidak persegi panjang								Persegi Panjang
3.	Tidak ukuran sedang								Ukuran sedang
4.	Tidak varian warna								Varian Warna



Tabel R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950

Lampiran 5

Rekapitulasi Hasil Kuesioner 1

Responden	Jenis/Model Tas	Design Tas	Warna Tas	Bahan Tas	Tali Tas	Motif/Corak Tas	Ukuran Tas	Berat Tas	Kualitas Tas	Polos/Bercorak/Kombinasi
R1	Slingbag	Sederhana dan terkesan	Coklat susu	Kain	Panjang yang bisa diatur	Polos	Sedang	ringan	Bagus	Polos, lebih terlihat elegan
R2	Slingbag/Totebag	Unik tapi simple	Coklat susu	Halus, ringan dan	Tali yang bisa diatur panjang pendeknya	Sederhana dan tidak banyak corak	P= 23cm, L= 16cm,	500 gram	Bagus	Kombinasi, karena perpaduan polos dan
R3	Ransel dan Slingbag	Simpel	Netral	Kanvas/kulit/denim	Multifungsi, panjang dan pendek	Polos	26 x 20 cm untuk ransel dan slingbag	ringan	Bagus dan tahan lama	Polos, lebih simpel
R4	Slingbag	Simple dan Elegan	Hitam	Kulit	Panjang	Garis-garis	Medium	250 gram	Berbahan tebal	Polos, karena modelnya simple dan cocok untuk dibawa berpergian
R5	Slingbag	Cantik, simple dan	Hitam	Kulit	Besi	Motif Bagus	Kecil	ringan	Terjamin, bagus dan tahan	Polos, karena terlihat lebih simple dan
R6	Ransel	Serut	Krim	Kain dinir	Tali strap	Bunga-bunga	15 cm	500 gram	Baik	Polos, Karena lebih simple dan elegan
R7	Slingbag/Totebag	Unik dan keren	Coklat dan putih	Perpaduan	Multifungsi, panjang dan pendek	Batik	16 x 23 cm	ringan	Bagus, kuat dan tahan lama	Kombinasi dan bercorak, karena lebih
R8	Slingbag	Menarik dan bulat	Krim	Rotan	Kulit dan kuat	Motif daerah	Diameter 15 cm	ringan	Kuat, cantik dan nyaman	Kombinasi, dari rotan diberi cat juga ditambahkan corak-corak budaya Indonesia
R9	Slingbag/Totebag	Simple dan Elegan	Hitam	Kain dan bahan	Bisa diatur panjang pendeknya	Tidak Ada	Sedang	ringan	Tahan lama dan tahan air	Polos, Karena saya tidak suka yang
R10	Totebag	Minimalis	Coklat	Kain	Rantai kecil-kecil	Motif boneka	15 x 8 cm	< 1/2 kg	Tahan lama	Polos, karena terlihat elegan
R11	Slingbag	Simple dan Elegan	Warna gelap dan	Kulit sintetis	Kombinasi (bahan dan rantai) dan dapat diatur panjang,	Polos	Medium	ringan	High Quality	Polos, karena simple dan lebih mudah
R12	Slingbag	Persegi panjang/Potrait	Hitam	Lembut tidak	simple	Polosan	21 x 21 cm	Ringan	Bagus	Polos, karena terlihat lebih elegan
R13	Ransel	Simple	Hitam	Kulit	Adanya tali cadangan	Motif sederhana	Sedang	500 gram	Terbaik	Polos
R14	Slingbag	Simple	Hitam	Kain	Yang bisa diatur panjangnya	Corak yang tidak mencolok	Sedang	500 gram	Baik dan Tahan lama	Kombinasi, Perpaduan polos dan corak
R15	Slingbag	Simple, unik dan	Biru mix ungu	Kulit	Kulit yang bisa dipanjang pendekkan	Polos	50 x 20 cm	ringan	Bagus dan tahan lama	Polos, karena simple
R16	Slingbag	Bulat	Coklat milo	Rotan dan Kulit	Rantai	Ada bentuk rajutan	25 cm	Ringan	Kuat, ringan dan tahan lama	Bercorak, karena terkesan unik
R17	Ransel	Batik	Biru	Kulit	Yang bisa diatur panjangnya	Batik	24 x 24 cm	300 gram	Kuat dan tahan air	Kombinasi, Agar terlihat berwarna dan
R18	Slingbag	Kotak panajang dan	Abu-abu	Kulit	Tali panjang bahan yang sama dengan tas	Polos	23 x 28 x16 cm	ringan	Tahan lama dan tahan air	Polos, karena masuk dibaju mana saja
R19	Totebag	Simple	Hitam	Kulit	Kulit	Polos	30 x20 cm	< 500 gram	Bagus	Polos, terlihat lebih elegan
R20	Slingbag	Simple	Hitam	Kain atau kulit	Sesuai bahan tas	Motif yang sederhana	Sedang	Ringan	Bagus dan tahan lama	Kombinasi
R21	Totebag	Simple	Krim	Kain	Kain	Bunga-bunga	Sedang	Ringan	Baik dan Tahan lama	Kombinasi, Terlihat simple dengan motif yang sederhana
R22	Totebag	Persegi panjang	Hitam	Kanvas	Kanvas	Gambar orang	Sedang	Ringan	Bagus	Polos, Tetapi ada gambarnya sedikit
R23	Slingbag	Sederhana	Krim	Kain	Kain	Polos	Sedang	500 gram	Bagus	Polos, lebih simple
R24	Totebag	Sederhana	Hitam	Kanvas	Kanvas	Bunga-bunga	Sedang	300 gram	Tahan lama	Kombinasi, lebih mewah
R25	Totebag	Persegi panjang	Hitam	Kain	Kain	Gambar muslimah	28 x 15 cm	ringan	Tahan lama	Polos dengan gambar muslimah simple dan terlihat elegan
R26	Slingbag	Sederhana	Krim	Kain dan Kulit	Sesuai bahan tas	Polos	Sedang	Ringan	Tahan air, bagus dan	Polos, lebih simple
R27	Slingbag	Simple dan terlihat	Abu-abu	Kanvas	Sesuai bahan tas	Polos	25 x 30 cm	700 gram	Bagus dan tahan lama	Polos, Karena tas polos lebih cocok
R28	Slingbag	Simple	Coklat susu	Kain	Kain	Batik	Sedang	Ringan	Terbaik dan bagus	Kombinasi
R29	Ransel	Yang banyak	Hitam	Kain	Sesuai bahan tas yang kuat	Polos	Standar	Ringan	Premium dan tahan lama	Polos dengan sedikit kombinasi
R30	Slingbag	Simple	Krim	Kanvas	Kanvas	Gambar kartun atau batik	Sedang	Ringan	Premium	Kombinasi lebih terlihat mewah