

## PENGEMBANGAN KEMASAN PRODUK MIE INSTAN “ALAMIE” DENGAN METODE VALUE ENGINEERING

Delia Yani Manduapessy<sup>1</sup>, Darmawan Ari Nugroho<sup>2</sup>, Novita Erma Kristanti<sup>2</sup>

### Intisari

Produk mie instan *Alamie* memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan mie instan yang lain. Produk ini mengandung banyak nutrisi dari buah dan sayuran segar, tidak menggunakan pengawet dan pewarna buatan, serta proses pengeringannya dengan cara dipanggang. Namun mie instan *Alamie* ini memiliki kekurangan pada kemasannya yang kurang menarik. Dari 100 orang responden, 67 orang mengatakan tidak tertarik untuk membeli produk ini apabila melihat dari kemasannya. Selain kurang menarik, kemasan mie instan *Alamie* juga memiliki beberapa kekurangan yang lain yaitu sering ditemukannya kemasan yang tidak terkatkan dengan sempurna pada saat sampai di tangan konsumen, kemasan belum bisa melindungi mie yang cepat patah, dan kemasan ini belum bisa menonjolkan kelebihan yang dimiliki mie instan *Alamie*. Oleh sebab itu diperlukan pengembangan kemasan produk mie instan *Alamie*. Tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan konsep desain kemasan produk mie instan *Alamie* yang memiliki *value* atau nilai paling besar.

Pengembangan dilakukan kepada kemasan mie instan *Alamie* dengan menggunakan metode *value engineering*. Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam metode ini adalah tahap informasi, tahap kreatif, tahap analisis, tahap pengembangan dan tahap rekomendasi. Dalam tahap informasi dilakukan identifikasi atribut-atribut mutu kemasan dan informasi-informasi yang terkait dengan kemasan mie instan *Alamie* beserta permasalahannya. Dalam tahap kreatif dihitung tingkat kepentingan dari atribut kemasan dan tingkat prioritas pengembangan kemasan mie instan *Alamie*. Dalam tahap analisis dapat diketahui keterkaitan antar fungsi atau atribut kemasan mie instan *Alamie* dalam diagram FAST (*Function Analysis System Technique*). Dalam tahap pengembangan dimunculkan alternatif-alternatif pengembangan kemasan berdasarkan keinginan konsumen dan dihasilkan beberapa konsep dari alternatif-alternatif tersebut. Dalam tahap rekomendasi dilakukan penilaian terhadap konsep – konsep kemasan yang sudah didapat kemudian ditentukan konsep kemasan yang memiliki nilai (*value*) paling tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan konsep kemasan 1 merupakan konsep terpilih karena memiliki *value* yang paling besar yaitu sebesar 1,038. Konsep ini memiliki spesifikasi sebagai berikut: bahan kemasan yaitu kardus duplex 250 gram dengan tebal 1 mm dan ukurannya (10 x 15 x 3,5) cm. Bentuk bagian transparannya yaitu segiempat, memiliki 2 warna latar kemasan, warna kemasan sesuai dengan varian rasa dan bagian pembukanya berupa pola perforasi.

**Kata kunci :** mie instan, kemasan, pengembangan produk, *value engineering*.

<sup>1</sup>Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

<sup>2</sup>Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

## PACKAGING DEVELOPMENT OF “ALAMIE” INSTANT NOODLE USING VALUE ENGINEERING METHOD

Delia Yani Manduapessy<sup>1</sup>, Darmawan Ari Nugroho<sup>2</sup>, Novita Erma Kristanti<sup>2</sup>

### **Abstract**

*Alamie instant noodle have many advantages compared with other instant noodles. This product contains many nutritions from fresh fruits and vegetables, does not use artificial preservatives and dyes, and the process of drying by baked. But Alamie instant noodles packaging is not interesting. From 100 respondents, 67 people said they were not interested in buying this product when viewed from the packaging. Alamie instant noodle packaging also has some lacks that are often found packaging that is not attached perfectly when it arrives in the hands of consumers, the packaging has not been able to protect the broken noodles, and this packaging has not been able to show the advantages of Alamie instant noodles. Therefore, the development of Alamie instant noodle product packaging is needed. The purpose of this research is to produce a concept of Alamie instant noodle product packaging design that has the highest value.*

*Packaging development of Alamie instant noodle used value engineering method. The steps in this method were the information phase, the creative phase, the analysis phase, the development phase and the recommendation phase. In the information phase, identification of packaging attributes and information related of Alamie instant noodle packaging and its problems was identified. In the creative phase calculated the importance of the packaging attribute and the priority level of Alamie instant noodle packaging development. In the analysis phase we could know the relationship between the function or attribute of Alamie instant noodle packaging in the FAST (Function Analysis System Technique) diagram. In the development phase raised the alternative development of packaging based on consumer needs and made some packaging concepts of these alternatives. In the recommendation phase, an assessment was made to the packaging concepts and then determined the concept of packaging that had the highest value (value).*

*The results showed that the first concept was the chosen concept because it had highest value of 1.038. The first concept had the following specifications: the packaging materials was 250 grams duplex cardboard with one mm thick and size (10 x 15 x 3.5) cm<sup>3</sup>. Transparent part of the shape was a rectangle, has two color background packaging, color of packaging was accordance with the flavor and the opener of the form was perforation patterns.*

**Keywords :** instant noodle, packaging, product development, value engineering

---

1) Student of departement agroindustrial technology, FTP, UGM

2) Lecture of departement agroindustrial technology, FTP, UGM