

PERANCANGAN KEMASAN TEH HIJAU DENGAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT DI PT PAGILARAN

Septareza Ilham Avigananda¹, Henry Yuliando², Mochammad Maksum²

Departemen Teknologi Industri Pertanian, Universitas Gadjah Mada

Jalan Flora No. 1 Bulaksumur, Yogyakarta 55281 Indonesia

E-mail : septarezaavigananda@gmail.com

INTISARI

Teh (*Camellia sinensis*) merupakan minuman yang paling banyak dikonsumsi di dunia. Menurut Kaison Chang, dalam laporannya di *World tea production and trade current and future development* tahun 2015, menyebutkan bahwa konsumsi teh di dunia terus mengalami peningkatan di tahun 2013. Total konsumsi teh keseluruhan meningkat 5% di 2013. Menurut salah satu lembaga riset AC Nielsen (2005), menyatakan tahun 1999 hingga tahun 2003 tingkat penetrasi pasar untuk teh mencapai lebih dari 95%, yang berarti minuman teh nyaris telah atau pernah dikonsumsi oleh setiap anggota masyarakat. Sejalan dengan strategi Kementerian Perindustrian dan mengamati penjualan minuman teh yang terus meningkat, PT Pagilaran yang bergerak di bidang perkebunan, perindustrian, perdagangan, dan konsultasi untuk komoditas teh dan kopi, tertarik mengembangkan produk teh hijau untuk dijual ke konsumen akhir. Penelitian ini bertujuan merancang desain kemasan produk teh hijau sesuai kebutuhan konsumen terpilih.

Metode perancangan desain kemasan produk teh hijau yang digunakan adalah *Quality Function Deployment* (QFD) dan *Conjoint Analysis*. Konsumen teh hijau adalah konsumen yang mengonsumsi teh hijau minimal satu kali dalam satu minggu. Kebutuhan konsumen teh hijau diperoleh berdasarkan preferensi konsumen teh hijau melalui wawancara dan kuesioner. Kebutuhan konsumen diterjemahkan ke dalam kebutuhan teknis melalui wawancara dengan pihak PT Pagilaran. Desain kemasan produk teh hijau disusun melalui *conjoint analysis* dengan perangkikan kombinasi atribut sesuai preferensi konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 8 atribut kebutuhan konsumen yang diterjemahkan ke dalam 5 kebutuhan teknis yaitu bentuk kemasan balok vertikal, jenis bahan kemasan *art carton* 260 gram, desain grafis dengan gambar utama daun teh hijau, jenis huruf *gentleman on the rainbow*, dan tipe desain *pop*, ukuran kemasan 7cm x 7cm x 13cm, dan label pada kemasan sesuai dengan PP RI Nomor 69 Tahun 1999. Desain kemasan produk teh hijau dibuat sesuai dengan pilihan konsumen terhadap kombinasi desain yang disebar melalui kuesioner.

Kata kunci : *conjoint analysis*, teh hijau, *quality function deployment*

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian

²Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian

***PACKAGING DESIGN OF GREEN TEA WITH QUALITY FUNCTION
DEPLOYMENT METHOD IN PT PAGILARAN***

Septareza Ilham Avigananda¹, Henry Yulianto², Mochammad Maksum²

Department of Agroindustrial Technology, Universitas Gadjah Mada
Jalan Flora No. 1 Bulaksumur, Yogyakarta 55281 Indonesia
E-mail : septarezaavigananda@gmail.com

ABSTRACT

Tea (*Camellia sinensis*) is the most consumed beverage in the world. According to Kaison Chang, in his report on World tea production and trade current and future development in 2015, the world's tea consumption continues to increase in 2013. Total tea consumption increased by 5% in 2013. According to one research institute AC Nielsen 2005), states that from 1999 to 2003 the market penetration rate for tea reached more than 95%, which means that tea drinks have almost been or have been consumed by every member of the community. In line with the strategy of the Ministry of Industry and observing the growing tea beverage sales, PT Pagilaran engaged in plantation, industry, trade and consulting for tea and coffee commodities, are interested in developing green tea products for sale to end consumers. This study aims to design the packaging design of green tea products according to the needs of selected consumers.

Design method of packaging design of green tea product used is Quality Function Deployment (QFD) and Conjoint Analysis. Consumers of green tea are consumers who consume green tea miniman once a week. Consumer demand for green tea is obtained based on consumer preferences of green tea through interviews and questionnaires. Consumer needs are translated into technical needs through interviews with PT Pagilaran. Design of green tea product packaging is prepared through conjoint analysis by attribute combination combinations according to consumer preferences.

The results showed that there were 8 attributes of consumer needs translated into 5 technical needs, namely vertical beam packaging, 260 gram art carton packaging, graphic design with green leaf green, gentleman on the rainbow, and pop design type, packing size 7cm x 7cm x 13cm, and label on the packaging according to PP RI Number 69 Year 1999. Design of green tea product packaging made in accordance with consumer choice to the combination of designs spread through the questionnaire.

Keywords : conjoint analysis, green tea, quality function deployment

¹Student at Department of Agroindustrial Technology

²Lecturer at Department of Agroindustrial Technology