

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini, negara di seluruh dunia sedang berjuang dengan wabah penyakit varian baru yang baru dinamakan *Coronavirus Disease 2019* (Covid-19). Penularan wabah dari manusia ke manusia adanya kontak langsung, *droplet* dan menyetuh objek yang terdapat virus. Indonesia merupakan salah satu Negara yang terinfeksi covid-19 pada tanggal 11 April 2021 sudah tercatat sebanyak 1.566.995 kasus yang konfirmasi covid-19, meninggal 42.530 kasus dan sembuh 1.414.507 kasus (sumber covid19.go.id) dengan populasi 269.603,4 juta orang (sumber bps.go.id). Pencegahan penyebaran bisa melakukan 3 M yaitu mencuci tangan, menjaga jarak dan memakai masker. Selama *pandemic* perekonomian masyarakat Indonesia jadi melemah, namun beberapa produk selama *pandemic* justru mengalami peningkatan permintaan.

Konsumen akan membeli suatu produk jika merasa senang, nyaman dan sesuai dengan selera yang diinginkan konsumen tersebut. Karena saat melakukan pemilihan produk sampai membuat keputusan untuk membeli produk tersebut, konsumen melibatkan emosi dan perasaan yang akan menimbulkan respon positif seperti rasa suka, kesan dan nyaman (Wahyuning, 2011). Dengan kondisi tersebut bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pengusaha dalam merancang dan membuat suatu produk sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan selera konsumen, diminati dan bertahan dalam persaingan dagang. Dampak perkembangan zaman masker sudah memiliki banyak tipe dan model, membuat keinginan konsumen terhadap produk masker berbeda setiap orangnya tentu dengan mengutamakan keamanan, kenyamanan dan tidak lupa mengikuti *trend* yang sedang terjadi.

Masker merupakan alat pelindung yang menutup hidung sampai dagu berfungsi untuk melindungi sistem pernafasan manusia dari zat-zat berbahaya

atau terkontaminasi yang ada diudara. Masker sendiri menjadi barang yang paling penting dan sangat dibutuhkan bagi masyarakat selama *pandemic* karena untuk melindungi diri dan pencegahan penyebaran virus. Selain itu masker sudah menjadi *fashion* pada saat ini sehingga ada beberapa desainer yang berkarya membuat masker. Selama *pandemic* masker mengalami peningkatan permintaan yang pesat sehingga membuat para pengusaha pembuat masker memproduksi masker dalam jumlah yang banyak dan banyak pula para pengusaha baru yang memproduksi masker demi memenuhi permintaan masyarakat. Berikut merupakan tabel penjualan masker pada salah satu UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) pada Mei 2020 sampai April 2021.

Tabel 1.1 Data Penjualan Masker

Bulan	Masker
Mei 2020	340
Juni 2020	420
Juli 2020	530
Agustus 2020	630
September 2020	1230
Oktober 2020	1280
November 2020	1360
Desember 2020	1250
Januari 2021	1120
Februari 2021	1260
Maret 2021	680
April 21	510
1 pcs	Rp. 20.000

Sumber : UMKM MBS

Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa penjualan masker pada September sampai Februari mengalami peningkatan pesat mengikuti penambahan kasus positif. Banyak masker yang tersedia namun masih ada yang kurang memperhatikan keamanan dan kenyamanan dari penggunaan masker. Terdapat beberapa konsumen mengeluhkan ketidaknyamanan dalam pemakaian produk tersebut, kurang lebih ada 16 konsumen yang mengeluhkan. Keluhan yang dirasakan oleh pengguna masker kebanyakan karena ukuran produk yang kurang sesuai, pemilihan tali yang kurang sesuai dan kurangnya variasi motif.

Adanya keluhan yang diketahui diatas maka perlu dilakukan pengembangan produk agar dapat memuaskan konsumen, dengan melakukan identifikasi terhadap keinginan konsumen menggunakan *kansei engineering* karena bisa menangkap keinginan konsumen lewat gambaran ide dan perasaan yang dirasakan oleh konsumen secara nyata saat menggunakan produk tersebut. Asal dari gambaran ide yang dimau oleh konsumen tergantung pada kualitas dari suatu produk, untuk perasaan-perasaan konsumen didapat melalui respon dan emosi yang dikeluarkan oleh konsumen. Perihal kepuasan konsumen bisa menggunakan model kano karena dapat membantu dalam mendapatkan produk yang sesuai keinginan dan mengetahui spesifikasi yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan harapan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk khususnya produk masker kain pengusaha dapat membuat produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Penelitian ini membahas mengenai pengembangan produk pada desain masker di UMKM MBS. UMKM MBS merupakan usaha yang bergerak pada bidang industri tekstil yang melakukan kegiatan produksi kaos, dikarenakan adanya *pandemic* menjadi membuat masker kain juga. Maksud penelitian ini dilakukan untuk merealisasikan keinginan konsumen terhadap produk masker dengan pengembangan produk masker kain yang dimana masker tersebut dapat memenuhi perasaan konsumen ke dalam spesifikasi produk tersebut.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Saat ini belum ada penelitian pengembangan masker, selain itu terdapat beberapa keluhan yaitu ukuran produk yang kurang sesuai, pemilihan tali yang kurang sesuai dan kurangnya variasi motif. Dengan kondisi tersebut maka diperlukan pengembangan produk masker untuk memenuhi keinginan masyarakat.

### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana menentukan *kansei word* untuk desain produk masker?
2. Bagaimana atribut desain produk masker yang akan dirancang sesuai dengan keinginan konsumen?

### **1.4 Batasan Masalah**

1. Penelitian dilakukan pada UMKM MBS.
2. Dilakukan pada Maret 2020-April 2021.
3. Penelitian berkaitan dengan *Kansei Engineering* dan Model Kano.
4. Penyebaran kuesioner kepada konsumen langsung dan tidak langsung.
5. Mendesain masker kain.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Menentukan *kansei word* yang tepat berdasarkan perasaan dan emosi konsumen untuk produk masker.
2. Mengetahui atribut desain masker dan selera konsumen.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis :
  - a. Menambah pengalaman dalam melakukan suatu penelitian.
  - b. Mendapatkan pengetahuan tambahan dan wawasan yang tidak didapat selama dikelas.
2. Bagi Pengusaha :
  - a. Dapat digunakan sebagai saran untuk kedepannya dalam desain masker.
3. Bagi Program Studi Teknik Industri :
  - a. Terciptanya hubungan baik dan kerjasama antara program studi teknik industri dengan UMKM MBS.

- b. Dapat meningkatkan kualitas pendidikan bagi mahasiswa sehingga menciptakan SDM yang berkualitas dan dapat mengikuti perkembangan dunia industri.

### **1.7 Tempat dan Waktu Penelitian**

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan mulai Maret 2020-April 2021 pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) MBS, Perum Villa Makmur 1, Desa Mangunjaya, Kec.Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat.

### **1.8 Metode Penelitian**

Metode dalam penelitian ini menggunakan *Kansei Engineering* dan Model Kano. *Kansei engineering* berguna untuk menangkap serta menerjemahkan konsep atau ide konsumen melalui *kansei word* yang akan dijadikan atribut desain masker kain, selanjutnya akan dikelompokkan dengan model kano guna mengetahui *kansei word* mana yang memiliki pengaruh sangat besar terhadap kepuasan konsumen lalu akan dijadikan sebagai prioritas dalam pembuatan masker kain. Antropometri akan menjadi penentu dalam pembuatan ukuran dari desain masker kain. Setelahnya analisis konjoin digunakan dengan tujuan mengetahui hubungan antara *kansei word* dengan *stimuli* masker sehingga didapat kombinasi desain masker kain yang sesuai dengan konsumen. Pengumpulan dokumen yang diperlukan melalui jurnal dan buku. Untuk pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan pemilik usaha dan penyebaran kuesioner.

### **1.9 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dari penelitian ini terdiri dari beberapa bab antara lain :

#### **BAB I           PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang pembahasan secara garis besar mengenai penyusunan penelitian yang meliputi latar belakang, identifikasi

masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi konsep-konsep dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dirumuskan, diantaranya covid-19, pengembangan produk, *kansei engineering*, sampel, *semantic differential*, uji validitas, uji reliabilitas, analisis faktor, model kano, antropometri, dan analisis konjoin.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Oleh karena itu pada bagian ini akan menjelaskan tentang sistematika dari metodologi penelitian.

## BAB IV ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai profil perusahaan, hasil analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian.

## BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian ini dan saran-saran yang bisa diberikan berdasarkan penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisi pustaka yang digunakan dalam membantu menyusun penelitian ini.

## LAMPIRAN