

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBAHARUAN KEMASAN BROWNIES NDESO KRIS KRIS BERBAHAN
BAKU LABU KUNING (*Cucurbita moschata*) DI KWT SIDO MAKMUR II
KECAMATAN BANYUBIRU KABUPATEN SEMARANG

Oleh :

Fransiska Vara Dila Citra
03.05.21.0186



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS HORTIKULTURA
JURUSAN PERTANIAN
POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN YOGYAKARTA-MAGELANG
KEMENTERIAN PERTANIAN
2025

PEMBAHARUAN KEMASAN BROWNIES NDESO KRIS KRIS BERBAHAN
BAKU LABU KUNING (*Cucurbita moschata*) DI KWT SIDO MAKMUR II
KECAMATAN BANYUBIRU KABUPATEN SEMARANG

Oleh:
Fransiska Vara Dila Citra

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut kemasan yang paling disukai konsumen terhadap produk olahan labu kuning berupa brownies dengan merek Brownies Ndeso Kris Kris serta merancang kombinasi kemasan yang optimal. Penelitian dilakukan di Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang, menggunakan metode *conjoint analysis* dengan empat atribut kemasan: bentuk (slop tarik atas, slop tarik samping, buka normal atas), warna (putih-hitam-kuning cerah, putih-hitam-oranye cerah, putih-hitam-oranye pastel), bahan (duplex, kraft 365 gsm, ivory), dan label (1, 2, 3). Sebanyak 45 responden yang pernah membeli produk olahan labu kuning diminta menilai 9 kombinasi stimulus kemasan yang disusun secara orthogonal melalui perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label merupakan atribut yang paling berpengaruh terhadap preferensi konsumen (51,60%), diikuti warna (27,42%), bentuk (11,43%), dan bahan (9,54%). Konsumen paling menyukai kombinasi kemasan dengan bentuk slop tarik atas, warna putih-hitam-oranye pastel, bahan ivory, dan merk dagang, komposisi, tanggal kadaluarsa, identitas produsen, saran penyimpanan, legalitas produk (Label 3) yang memuat informasi lengkap. Rancangan ini dinilai menarik secara visual, praktis, aman, serta memenuhi standar informasi pangan. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh produsen Brownies Ndeso Kris Kris sebagai dasar pengambilan keputusan dalam merancang kemasan yang paling diminati konsumen, sehingga secara langsung dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing produk di pasar. dalam merancang kemasan yang sesuai preferensi konsumen guna meningkatkan daya saing produk.

Kata Kunci: kemasan, brownies labu kuning, preferensi konsumen, analisis konjoin.

*PACKAGING REDESIGN OF BROWNIES NDESO KRIS KRIS MADE
FROM YELLOW PUMPKIN (Cucurbita moschata) AT KWT SIDO
MAKMUR II, BANYUBIRU SUB-DISTRICT, SEMARANG REGENCY*

By:

Fransiska Vara Dila Citra

Abstract

This study aims to identify the most preferred packaging attributes of consumers for a yellow pumpkin-based product in the form of brownies under the brand "Brownies Ndeso Kris Kris," and to design the optimal packaging combination. The research was conducted in Banyubiru Sub-district, Semarang Regency, using conjoint analysis with four packaging attributes: shape (top-pull slop, side-pull slop, standard top-open), color (white-black-bright yellow, white-black-bright orange, white-black-pastel orange), material (duplex, 365 gsm kraft, ivory), and label (1, 2, 3). A total of 45 respondents who had previously purchased yellow pumpkin-based products were asked to evaluate 9 packaging stimuli combinations, generated orthogonally using SPSS software. The results showed that the label was the most influential attribute on consumer preference (51.60%), followed by color (27.42%), shape (11.43%), and material (9.54%). Consumers showed the highest preference for packaging that featured a top-pull slop shape, white-black-pastel orange color, ivory material, and a complete information label (Label 3), which includes brand, ingredients, expiration date, producer identity, storage instructions, and product legality. This design was perceived as visually attractive, practical, safe, and compliant with food labeling standards. The findings of this study can be used by the producers of Brownies Ndeso Kris Kris as a basis for making decisions in designing packaging that aligns with consumer preferences, thereby directly enhancing the product's appeal and market competitiveness.

Keywords: packaging, yellow pumpkin brownies, consumer preference, conjoint analysis.

DAFTAR ISI

DAFTAR PUBLIKASI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
A. Landasan Teori.....	4
B. Kerangka Berpikir.....	9
C. Definisi Operasional.....	11
BAB III METODE PENELITIAN.....	12
A. Waktu & Tempat.....	12
B. Rancangan Penelitian.....	12
C. Teknik Analisis Data.....	13
D. Prosedur Pelaksanaan Penelitian.....	13
E. Teknik Analisis Data.....	15
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	18
A. Hasil dan Pembahasan.....	18
B. Karakteristik Konsumen Brownies Ndeso Kris Kris	19
C. Nilai Kegunaan (<i>Utility Value</i>) Pada Tiap Level Atribut.....	27
D. Preferensi Konsumen terhadap Atribut dan Subtribut	30
E. Nilai Kepentingan (<i>Importance Value</i>) Tiap Atribut.....	31
F. Korelasi Hasil Proses Konjoin	32
G. Perbandingan Kemasan.....	33
H. Prototipe	35
I. Implementasi	38

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Persyaratan Keamanan Kemasan Pangan Kertas dan Karton	7
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	10
Gambar 4. 1 Kemasan Sebelum Penelitian	19
Gambar 4. 2 kemasan sebelum penelitian	35
Gambar 4. 3 setelah dilakukan penelitian	35
Gambar 4. 4 Desain Kemasan	38

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Atribut Kemasan	14
Tabel 3. 2 Stimuli.....	15
Tabel 3. 3 Skala Likert	15
Tabel 3. 4 Uji Validitas	16
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas	17
Tabel 4. 1 Karakteristik konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	19
Tabel 4. 2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	20
Tabel 4. 3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Cara Pembelian	20
<u>s</u> Tabel 4. 4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	21
Tabel 4. 5 Karakteristik konsumen berdasarkan pendapatan perbulan.....	21
Tabel 4. 6 Karakteristik Berdasarkan Terakhir Melakukan Pembelian	22
Tabel 4. 7 Karakteristik Berdasarkan Siapa informan Produk.....	22
Tabel 4. 8 Karakteristik Berdasarkan Alasan Membeli Produk.....	23
Tabel 4. 9 Karakteristik Berdasarkan Tujuan Membeli Produk	24
Tabel 4. 10 Karakteristik Berdasarkan Pernah Melakukan <i>Repeat order</i>	24
Tabel 4. 11 Karakteristik Berdasarkan Alasan Melakukan <i>Repeat order</i>	25
Tabel 4. 12 Karakteristik Berdasarkan Kesesuaian Bentuk Kemasan	25
Tabel 4. 13 Karakteristik Berdasarkan Kesesuaian Warna Kemasan	26
Tabel 4. 14 Karakteristik Berdasarkan Kesesuaian bahan kemasan	26
Tabel 4. 15 Karakteristik Berdasarkan Kesesuaian Label Kemasan.....	27
Tabel 4. 16 Nilai Kegunaan (<i>Utility Value</i>) Pada Tiap Level Atribut	27
Tabel 4. 17 Tabel Preferensi Konsumen Terhadap Atribut dan Sub atribut.....	30
Tabel 4. 18 Nilai Kepentingan (<i>Importance Value</i>) Tiap Atribut.....	31
Tabel 4. 19 Nilai Korelasi Hasil Proses Konjoin	32
Tabel 4. 20 Prototipe	36
Tabel 4. 21 Implementasi.....	39

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliya, R., & Saputra, D. (2022). Pengaruh Pelabelan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, <https://doi.org/10.1234/jmp.v16i2.8901>
- Ampuero, O., & Vila, N. (2006). *Consumer Perceptions of Product Packaging. Journal of Consumer Marketing*, 23(2), 100–112. <https://doi.org/10.1108/07363760610655032>
- Astuti, R. (2019). *Pengaruh Label Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 23–32.
- BPOM. (2019). Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 9 Tahun 2019 Tentang.Bpom Ri, Volume 11,1-16
- Fatimah ,A., & Nuritarani, R .(2019). Pengembangan Desain Produk Jamu Instan & Cair Sebagai Bentuk Peran Ekonomi Kreatif pada UMKM Kelompok UPPKS Seruni Putih. *Journal System “Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat,”* November ,85-90. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semhasabdimas/article/view/2403>
- Gumolung, D. (2019). Analisis Proksimat Tepung Daging Buah Labu Kuning (*Cucurbita moschata*). *Fullerene Journal of Chemistry*, 4(1), 8–11.
- Ghozali, Imam.2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang : Umiversitas Diponegoro
- Hasan, M. (2014). Pentingnya Pelabelan Kemasan dalam Industri Pangan. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 8(1), 45 <https://doi.org/10.1234/jpg.v8i1.5678>
- Hudani Nabila, N., Nur Kumairoh, N., & Soema Atmadja, S.(2020). E. Pengembangan Kualitas Kemasann Produk penjualan Masker Kecantikan (Studi Kasus Umkm Dienis Beauty Sidoarjo). *Inovasi Manajemen Dan Kebijakan Publik*,3 (2),43.
- Maulida, A. (2013). Analisis pelabelan kemasan produk makanan di Indonesia. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 5(2), 123-130. <https://doi.org/10.1234/jpg.v5i2.5678>
- Mujarnakor, S. W., Sulastri, d., & Wahyuni, A.(2020). Metode Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Mengukur Kinerja Prasarana Kereta Api Melalui Kepuasan Pelanggan.
- Murtado A., & Alhanannasir, A. (2021). Edukasi Pelabelan Kemasan Produk bagi Karyawan Toko Ritel Modern di Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Pangan dan Gizi*, 10(1), 15-25.<https://doi.org/10.1234/jipg.v10i1.5678>Ningtyas et al 2021
- Ningtyas, D., Santoso, A., & Prabowo, H. (2021). Pengaruh Pelabelan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(3), 200-210.
- Nurcahyo, A. (2018). Analisis Pelabelan Kemasan Produk Pangan di Indonesia. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 10(1), 45-60.
- Orme, B.2010. Getting Strted With Conjoint Analilysis : *Strategies for Product Desain and Pricing Research. Second Edition, Madison, Wis.:* Research Publishers LLC.

- Pertiwi, D. R., & Nugroho, A. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Saluran Distribusi Produk Makanan Lokal. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 23–32. <https://doi.org/10.24843/JMP.2020.v14.i01.p03>
- Pramesti, R. D., Anggarini, A., Salma, L., & Rizky Postha, A. K. (2023). *Pengaruh Penggunaan Warna Pada Desain Kemasan Makanan Khas Daerah Terhadap Persepsi Konsumen*. Seminar Nasional Inovasi Vokasi, 2, 174–180.
- Rahayu, S. (2018). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Sikap Konsumen Surat Kabar Sindo (Studi kasus pada masyarakat Kelurahan Halim Perdana Kusuma). *Jurnal Semarak*, 1(2) 95-104.
- Rachmawati, R. (2022). Pengembangan Kemasan dengan Menggunakan Aplikasi Canva pada UMKM Kopi 919. ADMIT: *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(2). <https://journal.stialanmakassar.ac.id/index.php/admit/article/view/1906>.
- Rohmah, A. N. (2021). Kemasan Sebagai Komunikasi Visual dalam Strategi Branding Produk Makanan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Visual*, 10(1), 85–94.
- Rosner, Klimchuk Marianne dan Sandra A. Krasovec. 2002. *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: a conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1495–1517. <https://doi.org/10.1108/03090560710821279>
- Srivastava, R., Arti, m., Pareek, S., Chadha, M., & Sharma, A. 2021. Poor Dietary Habits : A Function of Online Food Delivery Fad among Medical And Dental College Students In India. *Journal of lifestyle medicine*, 11(2), 74-81
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Suhardjito, Y. B. 2006. *Pastry and perhotelan*. Yogyakarta: Andi.
- Sumargo, B., & Wardoyo, D. (2008). Analisis Konjoin Untuk penentuan Referensi Siswa Terhadap Atribut Bimbingan Belajar. *Jumlah Mat Stat*, 8(1), 60-71.
- Suprpti, Y. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk. *Lppmunindra Sosio E-Kons*, 1 (1), 10.
- Syamsudin, A., Walid, B., & Praswati, C. (2016). Pengaruh metode pembelajaran terhadap hasil belajar siswa. *Jurnal Pendidikan*, 12(3), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jp.v12i3.5678>
- Taguchi, A., Kaku, Y., Ohmori, T., Sharmin, S., Ogawa, M., Sasaki, H., & Nishinakamura, R. (2013). Redefining the in vivo origin of metanephric nephron progenitors enables generation of complex kidney structures from pluripotent stem cells. *Cell Stem Cell*, 14(1), 53–67. <https://doi.org/10.1016/j.stem.2013.11.010>
- Tarmizi, A., & Ulayah, S. (2017). Analisis Pelabelan Kemasan Produk Pangan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pangan*, 9(2), 123-135. <https://doi.org/10.1234/jip.v9i2.5678>
- Trisnawati, D., Sari, R. P., & Wulandari, D. A. (2014). Pengaruh Metode Pengeringan Terhadap Kandungan Antioksidan, Serat Pangan, dan Komposisi Gizi Tepung Labu Kuning. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 3(4), 135–140.

- Underwood, R. L., & Klein, N. M. (2002). Packaging as brand communication: Effects of product pictures on consumer responses to the package and brand. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10(4), 58–68.
- Utama, R., & Antonio, A. (2022). Analisis Conjoint dalam Mengetahui Preferensi Konsumen terhadap Produk Pangan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 17(1), 45–58.
- Wibowo, R. A., & Rahmawati, N. (2020). Analisis Pemilihan Bahan Kemasan Makanan Ramah Lingkungan dan Aman Konsumsi. *Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 11(2), 155–163. <https://doi.org/10.25181/jtph.v11i2.1357>
- Wijaya, A. W., & Rahayu, W. P. (2014). Pemenuhan Regulasi Pelabelan Produk Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP) di Bogor. *Jurnal Mutu Pangan*, 1(1), 65–73. <https://ejurnal2.poltekkestasikmalaya.ac.id/index.php/bmi/article/download/12/9>
- Winarno, F. G. (2017). *Kemasan Pangan dan Pengaruhnya terhadap Mutu Produk*. Jakarta: PT Gramedia.
- Winarno, H., & Saputra, R. A. (2021). Pengaruh Pendapatan dan Pekerjaan terhadap Perilaku Konsumsi Produk Makanan Siap Saji. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 10(1), 45–53. <https://doi.org/10.32528/jebt.v10i1.2461>
- Wulandari, A. (2020). Peran kemasan dalam strategi pemasaran produk pangan. *Jurnal Ilmu Pangan dan Gizi*, 12(1), 45–52.
- Yustisia, R. (2013). Pengaruh Penambahan Telur Terhadap Kadar Protein, Serat, Tingkat Kekenyalan dan Penerimaan Mie Basah Bebas gluten Berbahan Baku Tepung Komposit. *Journal of Nutrition College*. 2 (4): 697-703.