

ABSTRAK

Salah satu usaha yang bisa dilakukan oleh UMKM dalam persaingan pasar adalah dengan melakukan inovasi pengembangan produk pada bagian kemasan produk, namun sayangnya kebanyakan UMKM tidak menyadari bahwa kemasan produk merupakan salah satu aspek yang memegang peranan penting, padahal menarik konsumen melalui kemasan produk menjadi stimulus awal yang paling tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memberikan usulan desain kemasan produk yang baru berdasarkan dari keinginan dan kebutuhan konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kansei engineering yang diintegrasikan dengan metode kano model dan analisis konjoin. Metode kansei engineering digunakan untuk mengetahui perasaan konsumen terhadap kemasan produk keripik singkong yang dicitrakan dengan kansei word, metode kano model digunakan untuk mengkategorikan tiap kansei word menjadi 4 kategori yaitu basic attributes, linier attributes, attractive attributes, dan non-significant attributes dan untuk metode analisis konjoin digunakan untuk menghubungkan antara kansei word dengan elemen desain yang akan digunakan. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada pemilik UMKM Dua Putri dan menyebarkan kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria yaitu pernah melihat atau memegang atau mengonsumsi produk keripik singkong kemasan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rancangan desain kemasan yang baru akan berbentuk bantal, berjenis label direct print yang memiliki warna terang, serta dalam label tersebut terdapat ilustrasi dari keripik singkong.

Kata kunci: *Kansei Engineering, Kano Model, Analisis Konjoin, Kemasan Produk, UMKM*