



Pengembangan Kemasan UMKM “Ayam Celup” Dengan Pendekatan *Value Engineering*

Raisa Sunniva¹, Maechal Juan D. Pakpahan², Beby Ferina Elisabeth Br Sinurat³, Asyifa Zahradian⁴, Arya Akidnaram⁵, Abdi Rizqullah Widodo⁶, Rizqi Wahyudi⁷

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7}Teknik Indistri, Institut Teknologi Sumatera

1raisa.122190055@student.itera.ac.id, 2maechal.122190122@student.itera.ac.id, 3beby.123190054@student.itera.ac.id,

4asyifa.123190106@student.itera.ac.id, 5arya.123190117@student.itera.ac.id, 6abdi.123190146@student.itera.ac.id,

7rizky.wahyudi@ti.itera.ac.id

Abstrak

Kemasan memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas, nilai jual, dan daya saing suatu produk pangan. UMKM Ayam Celup Eva Fried Chicken masih menggunakan kemasan sederhana yang belum memenuhi aspek estetika, identitas merek, keamanan bahan, dan kenyamanan penggunaan. Penelitian ini bertujuan mengembangkan kemasan baru melalui pendekatan *Quality Function Deployment* (QFD) dan *Value Engineering* (VE). Metode QFD digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam karakteristik desain teknis melalui *House of Quality* (HoQ) yang melibatkan 130 responden. Hasil HoQ menunjukkan bahwa ukuran kemasan yang sesuai isi, kejelasan logo dan label informasi, serta penggunaan material ramah lingkungan merupakan prioritas utama. Selanjutnya, pendekatan VE dilakukan melalui tahapan informasi, analisis fungsi, kreativitas, evaluasi, hingga implementasi guna memilih alternatif kemasan yang memberikan nilai terbaik. Hasil akhir penelitian merekomendasikan penggunaan bahan kertas kraft *food grade* tahan minyak, desain mekanisme *fold & lock*, penyesuaian ukuran kemasan, serta penguatan identitas merek melalui visual kemasan. Rancangan ini dinilai mampu meningkatkan nilai produk tanpa menambah biaya signifikan serta memberikan kesan profesional pada UMKM. Penelitian ini menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam merancang kemasan efektif, estetis, fungsional, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Kemasan UMKM, *Quality Function Deployment*, *Value Engineering*, Ayam Celup, Desain Produk

PENDAHULUAN

Kemasan merupakan salah satu komponen penting dalam sistem produksi dan pemasaran suatu produk pangan. Fungsinya tidak hanya sebagai pelindung fisik terhadap kontaminasi, cahaya, dan kerusakan mekanis, tetapi juga berperan sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen (Rico Elhando Badri et al., 2022). Konsumen dapat memperoleh informasi mengenai komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan identitas produk melalui kemasan. Selain itu, kemasan juga berperan dalam membentuk persepsi nilai dan citra merek di mata konsumen. Oleh karena itu, kemasan yang dirancang secara tepat dapat meningkatkan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif (Andivas et al., 2023).

Dalam industri pangan modern, kemasan bukan lagi sekadar pelindung produk, melainkan bagian dari strategi pemasaran yang menentukan keputusan pembelian konsumen (Partiwi & Arini, 2021). Desain visual, warna, tipografi, dan bentuk kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas suatu produk (Najib et al., 2022). Produk dengan kemasan yang menarik dan informatif cenderung lebih mudah dikenali dan dipercaya konsumen (Rizky Riza Ismail & Rizky Dermawan, 2023). Kemasan yang tidak sesuai dengan karakter produk dapat menurunkan minat beli meskipun kualitas isinya baik. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu produk di pasar sering kali bergantung pada sejauh mana kemasan mampu merepresentasikan nilai dan keunggulan produk tersebut.

Produk ayam celup merupakan salah satu inovasi olahan ayam yang semakin diminati karena kepraktisan dan cita rasanya yang khas. Produk ini biasanya dijual dalam bentuk siap saji dengan lapisan bumbu yang meresap. Namun, meskipun permintaan terhadap produk ini cukup tinggi, sebagian besar pelaku usaha, termasuk Ayam Celup Eva Fried Chicken masih menggunakan kemasan sederhana yang kurang memperhatikan aspek estetika, ergonomi, dan keamanan pangan. Banyak kemasan ayam celup yang belum mencantumkan informasi penting seperti identitas merek, informasi produk, dan aspek lainnya sehingga menjadikan produk tidak memiliki identitas valid yang bisa masuk ke pasar yang lebih luas. Permasalahan ini menandakan bahwa pengembangan kemasan ayam celup masih memiliki ruang perbaikan yang luas.

Aspek biaya juga menjadi pertimbangan penting dalam perancangan kemasan, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Kemasan yang menarik tidak selalu harus mahal, tetapi perlu dirancang dengan mempertimbangkan keseimbangan antara fungsi, biaya, dan nilai yang dihasilkan. Tantangan utama bagi produsen ayam celup adalah

bagaimana menciptakan kemasan yang mampu meningkatkan nilai jual tanpa menambah beban biaya produksi secara signifikan. Oleh karena itu, perlu dilakukan pendekatan sistematis dalam mengevaluasi komponen dan fungsi kemasan agar dapat diperoleh rancangan yang optimal, efisien, dan tetap memiliki daya tarik visual yang kuat.

Selain aspek visual dan biaya, keberlanjutan lingkungan kini menjadi faktor penting dalam desain kemasan. Meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan mendorong produsen untuk beralih ke bahan kemasan yang ramah lingkungan dan mudah didaur ulang (Pasaribu et al., 2023). Kemasan berbasis plastik sekali pakai mulai ditinggalkan karena dampaknya terhadap pencemaran lingkungan. Oleh sebab itu, produsen ayam celup perlu mempertimbangkan penggunaan bahan alternatif yang lebih berkelanjutan, seperti kertas laminasi, bioplastik, atau material komposit yang tetap mampu menjaga kualitas produk namun ramah bagi lingkungan. Perubahan tren ini menuntut inovasi dalam desain kemasan yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga bertanggung jawab secara ekologis.

Perilaku konsumen juga menjadi aspek penting dalam pengembangan kemasan. Setiap segmen pasar memiliki preferensi berbeda terhadap warna, bentuk, dan elemen visual kemasan. Konsumen modern cenderung memilih produk dengan kemasan yang informatif, praktis, dan menggambarkan kualitas tinggi (Setiawardhani, 2025). Dalam hal ini, kemasan ayam celup idealnya mampu menyampaikan informasi secara jelas, menonjolkan identitas merek, serta memberikan pengalaman visual yang menyenangkan bagi konsumen. Penggabungan antara fungsi komunikasi dan fungsi perlindungan pada kemasan menjadi kunci keberhasilan dalam menarik dan mempertahankan minat pasar.

Melihat berbagai permasalahan dan peluang tersebut, diperlukan suatu penelitian untuk merancang pengembangan kemasan ayam celup yang lebih inovatif, menarik, dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kelemahan kemasan yang ada, memahami kebutuhan konsumen terhadap kemasan yang ideal, serta merumuskan rancangan yang dapat meningkatkan persepsi nilai produk. Dengan pengembangan kemasan yang lebih baik, diharapkan produk ayam celup dapat memiliki citra yang lebih profesional dan kompetitif di pasar. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha sejenis dalam merancang kemasan yang efektif dari sisi fungsi, biaya, dan estetika.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan September hingga Oktober 2025 terhadap produk Ayam celup dari UMKM Eva Fried Chicken yang berlokasi di Jalan Kelengkeng 3, Way huwi, Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan, Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Quality Function Deployment* (QFD) dan *Value Engineering* (VE). *Quality Function Deployment* (QFD) adalah metode yang digunakan untuk merancang kualitas berdasarkan harapan konsumen, kemudian menerjemahkannya ke dalam desain target serta aspek-aspek kualitas yang krusial. Metode ini berfungsi sebagai alat manajemen yang efektif dalam mengendalikan proses pengembangan produk maupun jasa di industri, dengan fokus utama pada pemenuhan kebutuhan pelanggan. Penerapannya dalam berbagai penelitian menunjukkan bahwa QFD membantu produsen memahami atribut produk yang paling diinginkan oleh konsumen. Penerapan QFD membantu produsen dalam menyusun *House of Quality* (HoQ) sehingga proses manufaktur lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan pasar (Wirahata et al., 2023). HOQ merupakan teknik grafis untuk menjelaskan hubungan antar keinginan konsumen dan produk (Hairiyah et al., 2021). QFD menghasilkan serangkaian prioritas yang akan digunakan dalam memuaskan keinginan pelanggan (Muslikin, 2022).

Value Engineering (VE) adalah suatu pendekatan bersifat kreatif dan sistematis yang bertujuan mengurangi biaya-biaya yang tidak diperlukan (Ir. I Wayan Sudiasa., 2025). Pendekatan tersebut digunakan untuk meningkatkan nilai dari suatu produk, proyek, atau proses dengan mempertimbangkan fungsi dan meminimalkan biaya (Saputra et al., 2024). Proses penelitian dilakukan dalam enam langkah utama sesuai dengan metodologi *Value Engineering*, yaitu tahap pengumpulan informasi, tahap analisis fungsi, tahap kreativitas, tahap evaluasi, tahap pengembangan, dan tahap penyajian. Langkah pertama adalah mengumpulkan data mengenai desain awal, mulai dari data umum hingga batasan yang diinginkan. Data ini diperoleh dengan meminta informasi langsung kepada konsultan atau pemilik produk. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis fungsi, yang merupakan tahap paling krusial dalam VE. Di tahap ini, analisis mengenai fungsi-fungsi yang diinginkan akan dilakukan. Teknik yang sering digunakan adalah *Function Analysis System Technique* (FAST) untuk memvisualisasikan keterkaitan antara fungsi dan menentukan area yang dapat ditingkatkan nilainya (Thoengsal, 2023).

$$V = \frac{I}{C}$$

Keterangan:

V = Nilai (*Value*)

I = Tingkat kepentingan Fungsi (*Importance rating*)

C = Biaya (*Cost*)

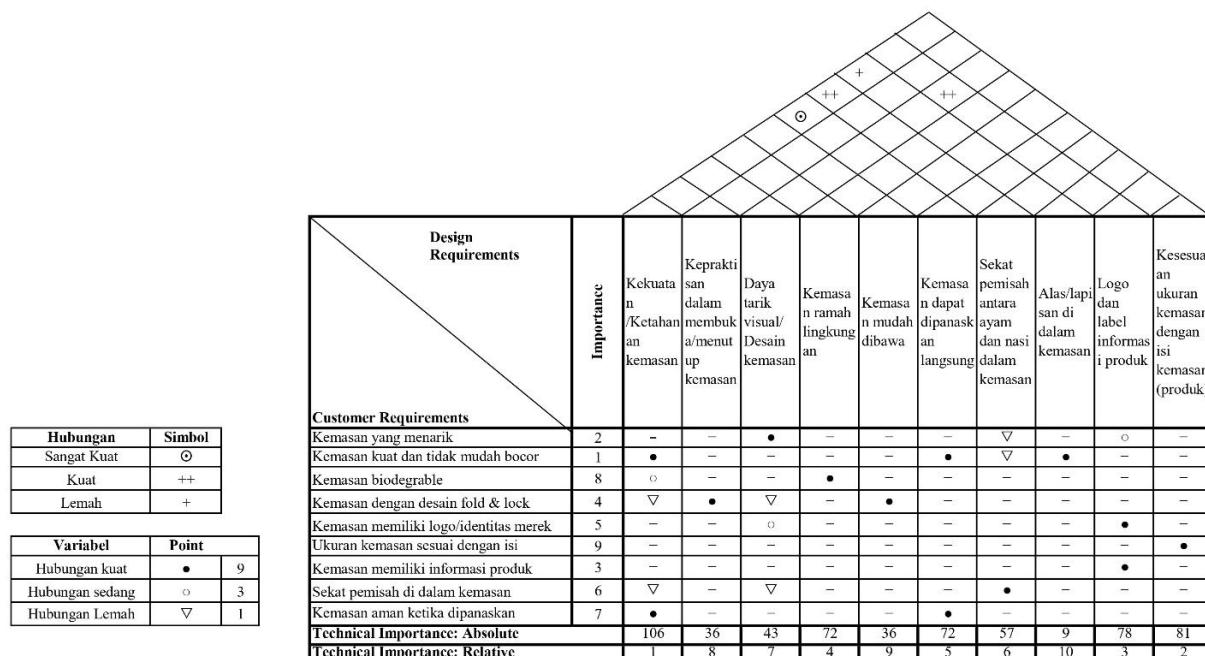
Pada fase kreatif, akan ditawarkan berbagai alternatif untuk dibandingkan dengan desain yang sudah ada. Semakin banyak alternatif ide, semakin banyak solusi yang dapat ditemukan untuk menghemat biaya, mutu, dan waktu. Alternatif yang dihasilkan bisa berkaitan dengan jenis bahan atau material, cara pelaksanaan, serta periode pelaksanaan. Di tahap evaluasi, pemilihan alternatif yang tepat dilakukan dari sejumlah pilihan yang dibuat di tahap kreativitas. Seleksi ini dilakukan dengan menganalisis perhitungan untuk menemukan alternatif yang memberikan penghematan terbesar, baik dari segi keuntungan maupun kerugian dalam hal biaya dan kualitas, serta kemungkinan pelaksanaan yang paling sederhana dan biaya terendah di antara alternatif yang dihasilkan selama fase kreatif (Thoengsal, 2023).

Tahap berikutnya adalah proses pengembangan. Aktivitas pada fase ini meliputi perbandingan kesimpulan studi dengan hasil yang sudah ditetapkan sebelumnya, merencanakan alternatif untuk ide yang dipilih agar bisa dikembangkan lebih lanjut, mengelola risiko serta biaya yang relevan, melakukan analisis biaya dan manfaat, serta menyusun rencana tindak lanjut untuk menjelaskan langkah-langkah pelaksanaan, jadwal, dan tanggung jawab terkait masing-masing alternatif yang terpilih. Di tahap ini juga dilakukan analisis teknis dan perhitungan biaya siklus hidup untuk memperoleh penghematan biaya pada jenis pekerjaan yang sudah dianalisis dengan *Very Efficient* (VE) secara mendetail.

Tahap terakhir adalah penyajian, yang ditujukan kepada pemilik atau pengembang dengan menyajikan data dari alternatif yang dipilih beserta alasan pemilihannya, perbandingan harga rencana awal dengan biaya setelah menerapkan VE, keuntungan dan kerugian dari alternatif yang terpilih, serta penghematan biaya siklus hidup antara rencana awal dan setelah diterapkan VE. Tahap akhir adalah biaya siklus hidup. Dalam fase *Life Cycle Cost* (LCC), ini termasuk ke dalam tahap pengembangan, yang mencakup identifikasi ide atau alternatif yang telah dipilih serta menyiapkan gambaran estimasi biaya siklus hidup untuk mendukung rekomendasi yang diajukan dalam proposal VE (Thoengsal, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode *Quality Function Deployment* (QFD) dengan teknik *House of Quality* (HoQ) merupakan langkah pertama yang dilakukan untuk menentukan prioritas karakteristik produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan. HoQ meliputi 10 atribut *design requirement* dan 9 atribut *customer requirement* yang sudah disesuaikan dengan hasil kuesioner yang mencakup 130 responden. Detail HoQ dapat diperhatikan lebih lanjut di Gambar 1. Hasil akhir dari penilaian HoQ diolah untuk dilanjut ke metode berikutnya, yaitu *Value Engineering* (VE).



Gambar 1. Matriks *House of Quality*

Tahap Informasi

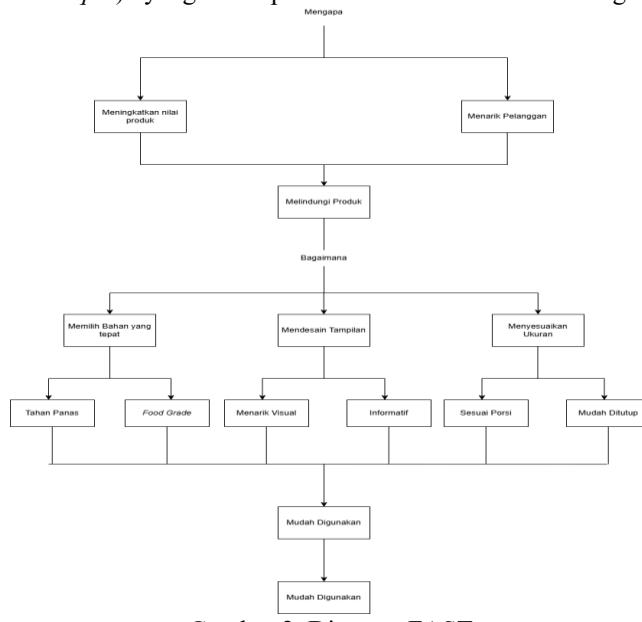
Tahap informasi difokuskan pada pengumpulan informasi mengenai kondisi aktual kemasan produk Ayam Celup dari UMKM Eva Fried Chicken serta harapan konsumen terhadap kemasan yang ideal. Tahapan ini menjadi landasan penting sebelum dilakukan analisis dan pengembangan lebih lanjut agar hasil perancangan benar-benar sesuai dengan kebutuhan pasar. Berdasarkan hasil survei (kuisisioner) konsumen, diperoleh sepuluh kriteria utama yang dianggap penting pada kemasan Ayam Celup. Kriteria tersebut meliputi kemasan yang menarik, kuat dan tidak mudah bocor, dapat terurai secara alami (*biodegradable*), memiliki desain lipat (*fold & lock*), menampilkan logo atau identitas merek, berukuran sesuai isi produk, menampilkan informasi produk, memiliki sekat pemisah di dalam kemasan, aman ketika dipanaskan, serta mudah dibawa. Dari keseluruhan kriteria tersebut, atribut dengan tingkat kepentingan tertinggi adalah ukuran kemasan yang sesuai dengan isi, diikuti oleh kejelasan logo dan informasi produk, serta keamanan kemasan terhadap panas. Hasil ini

memperlihatkan bahwa konsumen tidak hanya menilai kemasan dari tampilan visualnya saja, tetapi juga memperhatikan fungsi dan kenyamanannya saat digunakan.

Seluruh kebutuhan konsumen tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam aspek teknis (*design requirements*) yang dapat diukur dan dikendalikan dalam proses produksi. Aspek-aspek tersebut mencakup kekuatan bahan, ketahanan terhadap panas dan kelembapan, kemudahan membuka atau menutup kemasan, daya tarik visual, tingkat ramah lingkungan, kemudahan dibawa, keberadaan sekat pemisah, alas atau lapisan dalam kemasan, serta kejelasan logo dan label informasi produk. Hubungan antara kebutuhan pelanggan dan aspek teknis dianalisis menggunakan metode *House of Quality* (HoQ) untuk melihat seberapa besar pengaruh tiap elemen teknis terhadap tingkat kepuasan pengguna. Hasil pengolahan HoQ menunjukkan bahwa karakteristik teknis dengan tingkat kepentingan tertinggi meliputi logo dan label informasi produk, kesesuaian ukuran kemasan dengan isi, serta bahan kemasan yang ramah lingkungan. Hal ini menandakan bahwa pengembangan kemasan sebaiknya diarahkan pada peningkatan identitas visual merek, penggunaan material yang berkelanjutan, serta penyesuaian ukuran agar lebih efisien dan praktis. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemasan lama masih berfungsi baik dalam melindungi produk, namun perlu ditingkatkan dari sisi estetika dan keberlanjutan

Tahap Fungsi

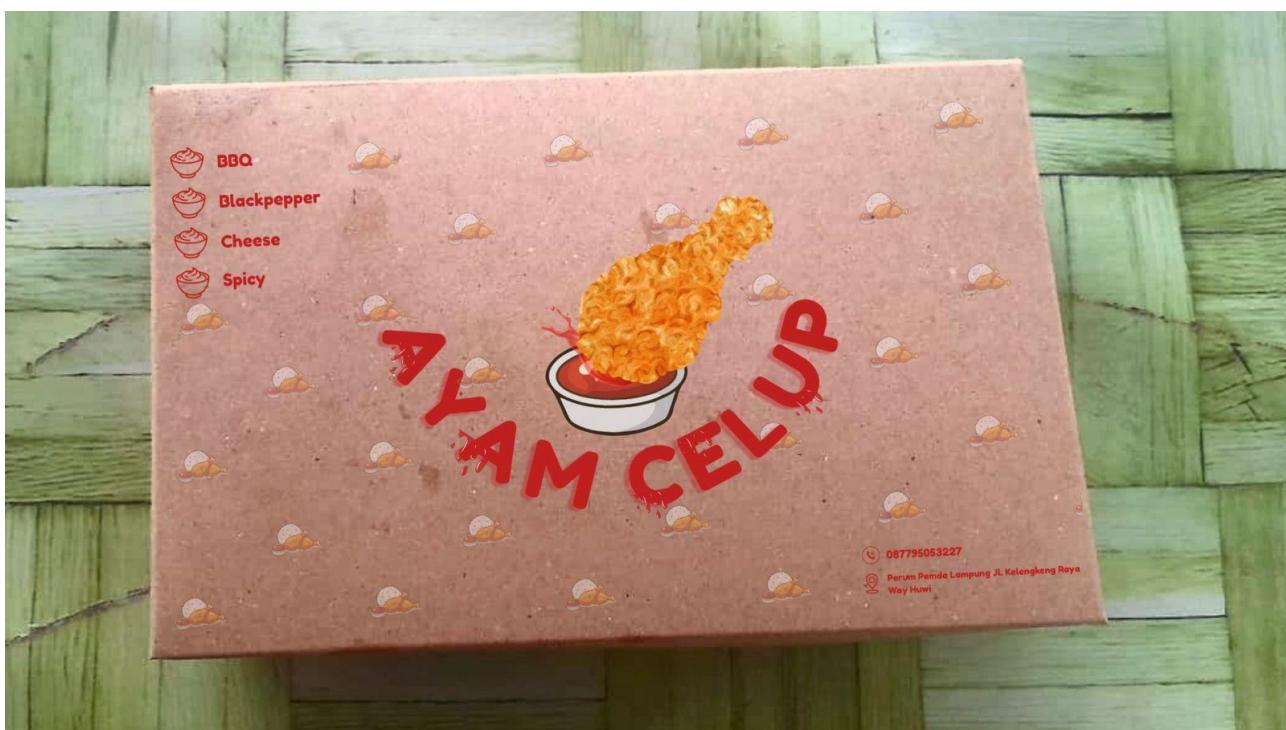
Pada tahap ini dilakukan penetapan fungsi yang harus dipenuhi oleh pengembangan kemasan ayam celup. Dengan mengetahui fungsi yang menjadi kebutuhan, diharapkan akan mepunyai timbal balik pada peningkatan nilai guna. Fungsi pada VE dijabarkan melalui format kata kerja dan kata benda dengan maksud memberi gambaran terhadap tindakan yang dikehendaki atas sebuah objek. Pada VE fungsi dibagi menjadi fungsi utama (*basic*) dan fungsi pendukung (*secondary*). Pada kasus ini, analisis fungsi akan dilakukan dengan penggambaran diagram FAST (*Function Analysis System Technique*) yang merupakan metode analisis hubungan dari setiap fungsi.



Gambar 2. Diagram FAST

Tahap Kreatif

Tahap kreatif ini dilakukan untuk membuat desain dari kemasan Ayam Celup sesuai dengan keinginan dari pelanggan. Desain ini dibuat untuk menarik pelanggan dan memiliki identitas merek sendiri dengan membuat logo dari Ayam Celup dan list menu yang ada di UMKM tersebut. Desain yang dihasilkan tidak hanya berfokus pada estetika, tetapi juga pada bagaimana kemasan tersebut dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperkuat kesan profesional dari UMKM Ayam Celup.



Gambar 3. Rekomendasi Desain Kemasan

Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi, seluruh alternatif ide yang dihasilkan pada tahap kreatif dianalisis berdasarkan kriteria biaya, fungsi, kelayakan teknis, serta dampaknya terhadap kualitas kemasan. Evaluasi dilakukan untuk memilih alternatif yang dinilai paling mampu meningkatkan nilai (*value*) tanpa meningkatkan biaya produksi secara signifikan. Beberapa kriteria utama yang digunakan dalam proses penilaian meliputi kesesuaian material dengan makanan panas dan berminyak, ketahanan terhadap tekanan dan kebocoran, tingkat ramah lingkungan, kemudahan proses produksi, serta kemampuan desain dalam meningkatkan daya tarik visual produk.

Dari hasil evaluasi, terdapat beberapa alternatif desain dan material yang memenuhi kriteria tersebut. Penggunaan bahan kertas kraft food grade dengan lapisan tipis tahan minyak dinilai memiliki nilai tertinggi karena mampu memberikan perlindungan baik terhadap produk, ramah lingkungan, serta memiliki biaya produksi yang relatif terjangkau. Selain itu, desain kemasan dengan mekanisme *fold & lock* dipilih karena meningkatkan kemudahan penggunaan serta mengurangi risiko isi makanan tumpah.

Penilaian juga dilakukan terhadap aspek visual, termasuk penggunaan logo, identitas merek, serta informasi produk. Desain yang menampilkan logo UMKM Ayam Celup beserta informasi menu dinilai paling efektif dalam meningkatkan identitas merek dan memperkuat persepsi profesional pada produk. Hasil evaluasi secara keseluruhan menunjukkan bahwa kombinasi material ramah lingkungan, desain lipat praktis, identitas visual yang kuat, dan ukuran kemasan yang lebih proporsional merupakan alternatif terbaik untuk diteruskan ke tahap implementasi.

Tahap implementasi

Tahap implementasi merupakan proses penerapan alternatif terpilih ke dalam bentuk desain kemasan final yang siap digunakan oleh UMKM Eva Fried Chicken. Implementasi dilakukan dengan menyusun rancangan akhir kemasan berdasarkan hasil evaluasi serta mempersiapkan langkah-langkah penerapan yang dapat diaplikasikan secara langsung oleh pelaku usaha.

Langkah pertama adalah menentukan spesifikasi teknis kemasan final, yaitu penggunaan kertas kraft food grade dengan ketebalan dan lapisan pelindung minyak sesuai standar keamanan pangan. Material ini dipilih karena mampu menjaga kualitas ayam celup, tahan panas, dan tetap selaras dengan upaya keberlanjutan lingkungan. Selanjutnya, ukuran kemasan ditentukan agar sesuai dengan porsi ayam celup yang dijual, sehingga produk terlihat lebih rapi dan konsisten saat disajikan ataupun dikirimkan.

Pada aspek desain, implementasi dilakukan dengan menempatkan logo UMKM, daftar menu, serta informasi produksi pada bagian luar kemasan. Desain visual dibuat sederhana namun menarik dan tetap mencerminkan identitas khas dari Ayam Celup Eva Fried Chicken. Mekanisme *fold & lock* diterapkan untuk memudahkan konsumen membuka dan menutup kemasan tanpa perlu bahan perekat tambahan. Jika produk disajikan dengan saus atau pelengkap, ruang sekat opsional dapat ditambahkan dalam desain akhir.

Setelah desain final disetujui, tahap implementasi dilanjutkan dengan pembuatan sampel fisik kemasan untuk diuji coba. Sampel tersebut diperiksa dari aspek kekuatan, ketahanan minyak, kestabilan bentuk, serta respons konsumen awal. Jika tidak terdapat kendala, UMKM dapat mulai melakukan pemesanan produksi massal dan menerapkan kemasan baru

sebagai standar operasional. Tahap implementasi ini memastikan bahwa seluruh hasil analisis dan evaluasi benar-benar diwujudkan dalam bentuk kemasan yang fungsional, menarik, serta meningkatkan nilai jual produk.

Tahap Rekomendasi

Berdasarkan rangkaian analisis yang telah dilakukan melalui QFD dan tahapan *Value Engineering*, beberapa usulan perbaikan kemasan Ayam Celup UMKM Eva Fried Chicken dapat diajukan sebagai acuan pengembangan. Rekomendasi ini berfokus pada peningkatan fungsi kemasan, tampilan visual, serta efisiensi biaya produksi agar nilai produk dapat meningkat tanpa menambah beban bagi pelaku usaha. Pertama, bahan kemasan yang digunakan sebaiknya beralih ke material kertas kraft *food grade* dengan lapisan tipis yang tahan minyak dan panas. Pemilihan bahan ini dinilai lebih ramah lingkungan, tetapi aman untuk makanan, dan memiliki harga yang relatif terjangkau. Dengan demikian, UMKM dapat memperoleh kemasan yang lebih berkualitas tanpa mengalami kenaikan biaya yang signifikan. Kedua, ukuran kemasan perlu dibuat lebih sesuai dengan porsi ayam celup. Penyesuaian ini penting karena kemasan yang terlalu besar atau terlalu kecil dapat memengaruhi kesan profesional dan kenyamanan konsumen. Ukuran yang proporsional juga membantu menjaga bentuk makanan tetap rapi selama proses pengantaran.

Ketiga, identitas visual pada kemasan perlu diperkuat. Pencantuman logo, warna khas, serta informasi produk seperti komposisi, tanggal produksi, dan nomor izin edar akan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen. Informasi yang jelas dan desain yang konsisten juga membuat produk lebih mudah dikenali dan memiliki daya tarik yang lebih kuat ketika bersaing di pasar. Keempat, dari sisi kenyamanan penggunaan, kemasan disarankan dilengkapi dengan mekanisme *fold & lock* agar lebih mudah dibuka dan ditutup. Bila produk disajikan bersama saus atau pelengkap lain, penambahan sekat dalam kemasan juga dapat menjadi pilihan untuk mencegah isi bercampur. Terakhir, agar kualitas kemasan tetap stabil, UMKM disarankan mulai melakukan standarisasi dalam proses desain dan pencetakannya. Konsistensi ini membantu membangun citra produk yang lebih profesional serta meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam jangka panjang. Melalui rekomendasi tersebut, pengembangan kemasan diharapkan dapat memberi nilai tambah bagi produk, memperkuat citra merek, dan meningkatkan kenyamanan serta kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian pengembangan kemasan Ayam Celup UMKM Eva Fried Chicken menunjukkan bahwa kemasan lama masih memenuhi fungsi dasar perlindungan produk, namun belum optimal dalam aspek visual, identitas merek, kenyamanan penggunaan, dan keberlanjutan. Melalui pengolahan *House of Quality*, diperoleh bahwa konsumen menilai ukuran kemasan, kejelasan logo dan informasi produk, serta bahan ramah lingkungan sebagai faktor paling penting. Hasil analisis *Value Engineering* merekomendasikan penggunaan kertas kraft *food grade* yang tahan minyak, mekanisme lipat (*fold & lock*), ukuran yang disesuaikan dengan porsi, serta penambahan identitas visual seperti logo dan informasi menu. Penerapan desain baru ini tidak hanya meningkatkan nilai produk, tetapi juga memperkuat citra profesional UMKM tanpa menambah biaya secara signifikan. Dengan demikian, pengembangan kemasan berbasis QFD dan VE terbukti efektif dalam menghasilkan kemasan yang lebih fungsional, menarik, dan kompetitif di pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada UMKM Eva Fried Chicken atas kesempatan dan keterbukaan dalam memberikan data serta dukungan selama proses penelitian berlangsung. Apresiasi juga diberikan kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan masukan terkait kebutuhan konsumen terhadap kemasan produk. Terima kasih kepada dosen pembimbing dan pihak Program Studi Teknik Industri Institut Teknologi Sumatera yang telah memberikan arahan selama penyusunan penelitian ini. Setiap kontribusi yang diberikan menjadi bagian penting dalam terselesaiannya penelitian pengembangan kemasan Ayam Celup ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andivas, M., Trisnawati, H. T., Wijanarko, A. F., Ramadhani, A. A., & Sari, H. W. M. (2023). Pelatihan Perancangan Desain Kemasan Produk UMKM Keripik Pisang Menggunakan Perangkat Lunak Canva. *Surya Abdimas*, 7(3), 450–457. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i3.2962>
- Hairiyah, N., Kiptiah, M., & Fituwana, B. K. (2021). Penerapan *Quality Function Deployment* (Qfd) Untuk Peningkatan Kinerja Industri Amplang Berdasarkan Kepuasan Pelanggan. *Agrointek : Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 15(4), 1099–1113. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v15i4.10744>
- Ir. I Wayan Sudiasa., M. (2025). Buku Ajar *Value Engineering*. In Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Proyek Konstruksi, Jurusan Teknik Sipil, Politeknik Negeri Bali. Politeknik Negeri Bali. [https://doi.org/10.1016/0014-5793\(85\)80729-8](https://doi.org/10.1016/0014-5793(85)80729-8)
- Muslikin, N. (2022). Analisis Kualitas Layanan Dengan Metode *Quality Function Deployment* (Qfd) Pada Industri Jasa Pemeliharaan Material. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(4), 223–235. <http://www.jiemar.org>
- Najib, M. F., Agustinus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, & Neneng Nuryati. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397>

- Partiwi, A., & Arini, E. (2021). Pengaruh Kemasan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(1), 77–87.
- Pasaribu, M. K., Larasati, A. N., Siahaan, D. F., & Manik, B. (2023). Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Tahu Sumedang Putri Deli Medan melalui Kemasan Ramah Lingkungan dan Strategi Digital Marketing. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 57–67. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v3i1.275>
- Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, & Anandha Sartika Putri. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Rizky Riza Ismail, & Rizky Dermawan. (2023). Pendampingan Pengembangan Kemasan Untuk Membangun Identitas Produk Bagi UMKM Di Kelurahan Turi, Kota Blitar. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, 2(2), 134–142. <https://doi.org/10.58374/jmmn.v2i2.158>
- Saputra, A., Wibowo, K., & Rochim, A. (2024). Analisis *Value Engineering* Menggunakan Metode *Matrix Cost Model* dan *Breakdown Cost Model* dengan Hasil Akhir Distribusi Pareto pada Studi Kasus Pembangunan Meshall NCC Amman Mineral Nusa Tenggara Barat. 16(3), 34–43.
- Setiawardhani, W. O. (2025). Peran Packaging Dalam Strategi Marketing Bagi Daya Tarik Beli Konsumen. *Komunikata57*, 6(1), 152–162. <https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1888>
- Thoengsal, I. J. (2023). Penerapan Metode *Value Engineering* (Ve) Pada Proyek Konstruksi. In *Insigt Mediatama* (Vol. 03, Issue April). www.insightmediatama.co.id
- Wirahata, C., Kosasih, W., & Salomon, L. L. (2023). Penerapan Metode Kansei *Engineering* Dan *Quality Function Deployment* (Qfd) Dalam Pengembangan Kualitas Produk Piama. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 11(3), 197–209. <https://doi.org/10.24912/jitiuntar.v11i3.21191>