RANCANG BANGUN KEMASAN AYAM GEPREK JAGOAN MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*

SKRIPSI

Program Studi Sarjana Teknik Industri
Jurusan Teknik Industri

Oleh:
ATTILIO
NIM D1061201038

FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS TEKNIK
Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi Pontianak 78124
Telepon. (0561) 740186, WA: +6282152280907
Email : ft@untan.ac.id Website : http://teknik.untan.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:
Nama : Attilio
NIM : D1061201038

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Rancang Bangun Kemasan Ayam Geprek Jagoan Menggunakan Metode *Design Thinking*" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Saya sanggup menerima konsekuensi akademis dan hukum di kemudian hari apabila pernyataan yang dibuat tidak benar.

Pontianak, 29 Juli 2025
Penulis,

Attilio
NIM. D1061201038

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS TEKNIK
Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi Pontianak 78124
Telepon. (0561) 740186, WA: +6282152280907
Email : ft@untan.ac.id Website : http://teknik.untan.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

RANCANG BANGUN KEMASAN AYAM GEPREK JAGOAN MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*

Program Studi Sarjana Teknik Industri
Jurusan Teknik Industri

Oleh:

ATTILIO
NIM. D1061201038

Telah dipertahankan di depan Penguji Skripsi pada tanggal 29 Juli 2025 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana.

Susunan Penguji Skripsi

Dosen Pembimbing Utama : Ir. H. Riadi Budiman, S.T., M.T., M. Pd., IPM., ASEAN Eng.
NIP. 197201311998021001

Dosen Pembimbing Kedua : Ir. Ratih Rahmahwati, S.T., M.T.
NIP. 198805092019032014

Dosen Penguji Utama : Silvia Uslianti, S.T., M.T.
NIP. 197208311998022001

Dosen Penguji Kedua : Hafzoh Batubara, S.T., M.Sc.
NIP. 196812101998022002

Pontianak, 29 Juli 2025

Dekan,

Dr. -Ing. Ir. Slamet Widodo, M.T., IPM
NIP. 196712231992031002

Pembimbing Utama

Ir. Riadi Budiman, S.T., M.T., M. Pd., IPM., ASEAN Eng.
NIP. 197201311998021001

PRAKATA

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Rancang Bangun Kemasan Ayam Geprek Jagoan Menggunakan Metode *Design Thinking*" dengan baik. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik (S.T.) pada Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Tanjungpura.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan kontribusi serta dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

1. Bapak Dr. Ing. Ir. Slamet Widodo, M.T., IPM., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura.
2. Bapak Ir. Noveicalistus H Djanggu, S.T., M.T., selaku Kepala Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura.
3. Bapak Ir. Dedi Wijayanto, S.T., M.T., selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura.
4. Bapak Ir. H. Riadi Budiman, S.T., M.T., M. Pd., IPM., ASEAN Eng. selaku pembimbing pertama yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Ir. Ratih Rahmahwati S.T., M.T., selaku pembimbing kedua yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura dan masyarakat. Terima kasih atas segala dukungan dan bimbingannya semua orang selama proses penelitian ini.

Pontianak, 29 Juli 2025

Penulis,



Attilio
NIM. D1061201038

ABSTRAK

Kalimantan Barat, khususnya Kota Pontianak, memiliki pertumbuhan usaha kuliner yang pesat, termasuk produk makanan cepat saji seperti ayam geprek. Salah satu pelaku usaha lokal, Ayam Geprek Jagoan, menghadapi permasalahan dalam aspek kemasan, yaitu belum adanya desain kemasan yang menarik dan informatif. Hal ini menyebabkan rendahnya daya tarik visual produk, kurangnya identitas merek, serta terbatasnya pengalaman konsumen dalam mengenali produk. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang desain kemasan Ayam Geprek Jagoan dengan pendekatan *Design Thinking*, yang berfokus pada kebutuhan dan perspektif konsumen. Metode ini melalui lima tahapan, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada konsumen di Pontianak guna menggali harapan dan preferensi terhadap kemasan makanan cepat saji. Hasil dari tahapan tersebut dianalisis dan diwujudkan dalam bentuk prototipe desain kemasan yang diuji ulang kepada konsumen. Desain akhir menampilkan identitas merek yang kuat, kejelasan informasi produk, kemudahan penggunaan, serta meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap produk. Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *Design Thinking* mampu menghasilkan solusi desain kemasan yang inovatif, relevan, dan berpusat pada pengguna, serta dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar kuliner Pontianak.

Kata Kunci: Ayam Geprek, Desain Kemasan, *Design Thinking*, Identitas Merek, Pontianak

ABSTRACT

West Kalimantan, particularly the city of Pontianak, has experienced rapid growth in the culinary business, including fast food products such as ayam geprek (smashed fried chicken). One local business, Ayam Geprek Jagoan, faces challenges in packaging, specifically the lack of attractive and informative packaging design. This results in low visual appeal, weak brand identity, and limited consumer experience in recognizing the product. To address this issue, this study aims to design packaging for Ayam Geprek Jagoan using the Design Thinking approach, which focuses on consumer needs and perspectives. The method involves five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires distributed to consumers in Pontianak to explore their expectations and preferences regarding fast food packaging. The results of these stages were analyzed and realized in the form of a packaging design prototype, which was re-tested with consumers. The final design showcases a strong brand identity, clear product information, ease of use, and enhances consumers' positive perception of the product. This study demonstrates that the application of Design Thinking can produce innovative, relevant, and user-centered packaging solutions, which can enhance the competitiveness of local products in Pontianak's culinary market.

Keywords: *Ayam Geprek, Brand Identity, Design Thinking, Packaging Design, Pontianak*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
PRAKATA iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR PERSAMAAN x
DAFTAR TABEL xi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Perumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Pembatasan dan Asumsi Masalah 5
1.5 Sistematika Penulisan 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9
2.1 Desain 9
2.2 Kemasan 9
2.3 Metode *Design Thinking* 10
2.4 Uji Kecukupan Data 15
2.5 *Likert Scale* 16
2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas 17
2.7 Penelitian Terdahulu 19
2.8 Posisi Penelitian 22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 24
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian 24
3.2 Alat dan Bahan 24

3.3 Diagram Alir Penelitian 26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 34
4.1 Pengumpulan Data 34
4.1.1 Penyebaran Kuesioner Terbuka 34
4.1.2 Penyebaran Kuesioner Tertutup 35
4.2 Pengolahan Data 37
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas 38
4.2.2 Pemetaan *Empathy Map* 43
4.2.3 Mengolah Data *Empathy Map* Menjadi *Define* 44
4.2.4 Penerapan *Ideate* Pada Redesain Kemasan 45
4.3 Desain *Prototype* Kemasan 46
4.4 *Test* (Uji Coba Produk) 50
4.4.1 Penyebaran Kuesioner dan Pengujian Kemasan Ke Konsumen 50
4.5 Analisa dan Pembahasan 53
4.5.1 Analisa *Design Thinking* 53
4.5.2 Analisa Perancangan Kemasan Ayam Geprek Jagoan 57
4.5.3 Analisa Desain 59
4.5.4 Analisa Kemasan 60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 63
5.1 Kesimpulan 63
5.2 Saran 63
DAFTAR RUJUKAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Observasi Lansung Kemasan Ayam Geprek Jagoan..... 2
Gambar 2.1 Diagram Alir Tahapan Metode Design Thinking 10
Gambar 2.2 Empathy Map 11
Gambar 2.3 Brainstorming..... 14
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian……26
Gambar 4.1 Memindahkan Data Kuesioner ke SPSS 39
Gambar 4.2 Mengubah Variable View 39
Gambar 4.3 Menu Analyze 40
Gambar 4.4 Memindahkan Variable 40
Gambar 4.2 Pemetaan Empathy Map Berdasarkan 30 Responden..... 43
Gambar 4.3 Brainstorming Ideate Desain Kemasan 45
Gambar 4.4 Membuat Ukuran Kertas CorelDraw 47
Gambar 4.5 Template Kemasan Ayam Geprek Jagoan 48
Gambar 4.6 Membuat Ukuran Desain Di Photoshop..... 48
Gambar 4.7 Desain Ayam Geprek Jagoan 49
Gambar 4.8 Tampilan Save As Pada Photoshop..... 49
Gambar 4.9 Tampilan Akhir Desain Kemasan Ayam Geprek Jagoan..... 50

DAFTAR PERSAMAAN

Persamaan 2.1 Jumlah Sampel 16
Persamaan 2.2 Rata-Rata *Likert Scale* 16
Persamaan 2.3 Koefisien Korelasi 17
Persamaan 2.5 Varians Tiap Item 18
Persamaan 2.6 Varians Total 18
Persamaan 2.7 Koefisien Reliabilitas *Cronbach Alfa* 19

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Bulanan Ayam Geprek Jagoan 1
Tabel 2.1 Likert Scale 16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 19
Tabel 2.3 Posisi Penelitian 22
Tabel 3.1 Pertanyaan Kuesioner Terbuka Ayam Geprek Jagoan 27
Tabel 3.2 Pertanyaan Kuesioner Tertutup Ayam Geprek Jagoan 28
Tabel 3.3 Kuesioner Terbuka Ayam Geprek Jagoan 29
Tabel 3.4 Kuesioner Tertutup Ayam Geprek Jagoan 30
Tabel 4.1 Pertanyaan Kuesioner Terbuka 34
Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Terbuka 35
Tabel 4.3 Pertanyaan Kuesioner Tertutup 36
Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Penyebaran Kuesioner Tertutup 36
Tabel 4.5 Rata-Rata Pertanyaan Tiap Responden 38
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas 41
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas 43
Tabel 4.8 Pertanyaan Kuesioner Untuk Pengujian Kemasan 51
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Penyebaran Kuesioner Pengujian Kemasan 51
Tabel 4.10 Perbandingan Hasil Kemasan Awal dan Kemasan Baru 58

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner di Indonesia semakin pesat dengan munculnya beragam jenis makanan yang mengedepankan cara penyajian yang berbeda. Salah satu jenis makanan yang kini digemari masyarakat adalah ayam geprek, yang menawarkan perpaduan rasa pedas dengan tekstur renyah. Tingginya minat konsumen terhadap ayam geprek membuat kompetisi antar merek menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, Ayam Geprek Jagoan sebagai salah satu pelaku usaha kuliner yang berlokasikan di Jalan Sungai Raya Dalam, Bansir Darat, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak. Ayam Geprek Jagoan menawarkan keunikan melalui tiga varian rasa, yaitu asam manis, pedas manis dengan harga per porsi yaitu Rp. 12.000,00 dan harga untuk rasa sambal geprek yaitu Rp. 13.000,00. Keberagaman rasa ini memberikan nilai tambah pada produk, namun belum diimbangi dengan desain kemasan yang mampu mencerminkan identitas merek dan memaksimalkan pengalaman konsumen. Kemasan yang inovatif tidak hanya berfungsi sebagai pelindung makanan tetapi juga menjadi media untuk memperkuat daya tarik produk dan menciptakan kesan positif bagi konsumen.

Berikut adalah data penjualan produk Ayam Geprek Jagoan yang mencakup penjualan harian untuk tiga varian rasa yaitu Asam Manis, Pedas Manis, dan Sambal Geprek selama periode Maret Hingga Mei 2025. Rincian data penjualan dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Data Penjualan Bulanan Ayam Geprek Jagoan

Bulan	Nama Menu	Harga Per Porsi	Terjual Per Posi (Setiap 1 Bulan)	Total
Maret	Ayam Geprek Jagoan Asam Manis	Rp12.000,00	125	Rp5.150.000,00
	Ayam Geprek Jagoan Manis Pedas	Rp12.000,00	146	
	Ayam Geprek Jagoan Sambal Geprek	Rp13.000,00	146	
April	Ayam Geprek Jagoan Asam Manis	Rp12.000,00	145	Rp5.305.000,00
	Ayam Geprek Jagoan Manis Pedas	Rp12.000,00	140	
	Ayam Geprek Jagoan Sambal Geprek	Rp13.000,00	145	
Mei	Ayam Geprek Jagoan Asam Manis	Rp12.000,00	146	Rp5.286.000,00
	Ayam Geprek Jagoan Manis Pedas	Rp12.000,00	119	
	Ayam Geprek Jagoan Sambal Geprek	Rp13.000,00	162	



Gambar 1.1 Observasi Lansung Kemasan Ayam Geprek Jagoan

Kemasan produk memiliki peran penting dalam proses pemasaran dan branding, tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen. Kemasan yang informatif dan menarik dapat meningkatkan daya tarik produk, mempermudah konsumen mengenali merek, serta memberikan pengalaman yang lebih baik saat membeli dan mengonsumsi produk.

Namun, berdasarkan hasil observasi pada produk *Ayam Geprek Jagoan*, ditemukan beberapa kekurangan pada desain kemasannya. Kemasan produk tersebut belum dilengkapi dengan elemen-elemen penting seperti logo, nama produk, varian rasa, informasi kontak, dan media sosial**.** Berdasarkan tanggapan konsumen ayam geprek jagoan, juga mengeluhkan kurangnya logo, nama produk, menu tambahan, varian rasa, dan kontak sosial media yang mengakibatkan kurangnya pengenalan konsumen kepada *brand* produk Ayam Geprek Jagoan.

Ayam Geprek Jagoan sebenarnya telah memiliki keunggulan kompetitif berupa variasi rasa yang beragam dan harga yang terjangkau, tetapi produk ini masih menghadapi tantangan dalam membangun identitas merek yang kuat. Tidak adanya elemen *branding* yang jelas pada kemasan, seperti logo, informasi varian rasa, kontak, dan media sosial, membuat produk sulit dikenali secara visual di tengah persaingan pasar yang ketat, terutama saat konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan produk dengan kemasan yang lebih menarik dan mencolok. Ketiadaan logo dan identitas visual tersebut mengakibatkan potensi kemasan sebagai alat pemasaran dan media komunikasi tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal, sehingga peluang untuk menarik perhatian konsumen baru maupun mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi terbatas. Oleh karena itu, keberadaan elemen branding yang efektif, termasuk logo, informasi kontak, dan media sosial, sangat diperlukan untuk memperkuat karakteristik produk dan meningkatkan daya saing di pasar.

Design Thinking digunakan pada penelitian ini karena dapat memecahkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi konsumen, sehingga desain kemasan yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga relevan dan sesuai dengan keinginan konsumen. *Design Thinking* memungkinkan pengambilan keputusan desain yang lebih terinformasi dan tidak hanya mengandalkan asumsi subjektif. Hasil pengukuran dapat mempermudah dalam mengidentifikasi bagian desain yang sudah baik serta aspek yang masih memerlukan perbaikan, sehingga pengembangan kemasan dapat terus disesuaikan dengan preferensi konsumen.

Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji tentang rancangan desain kemasan ini yaitu pada Penelitian yang dilakukan oleh Khan dkk., berjudul Redesign Kemasan Produk Keripik Talas Berdasarkan Metode Kansei Engineering di UMKM Keripik Incess bertujuan untuk merancang ulang kemasan produk UMKM agar lebih menarik secara visual, fungsional, dan emosional. Melalui penerapan metode *Kansei Engineering*, penelitian ini mengidentifikasi 27 kata kansei yang kemudian dikelompokkan menjadi tiga faktor utama: visualitas kemasan, kriteria kemasan, serta pewarnaan dan tambahan informasi. Hasil desain kemasan akhir menunjukkan bahwa bentuk kemasan *standing pouch* dipilih karena

nilai utilitasnya paling tinggi, dikombinasikan dengan warna *cold color palette* (seperti biru, hijau, ungu) dan visual label berupa *foto asli bahan baku*. Bahan kemasan menggunakan aluminium foil dengan sistem *ziplock* agar produk tetap renyah dan mudah disimpan. Desain ini diharapkan dapat meningkatkan citra produk dan kenyamanan konsumen dalam penggunaan serta pemahaman informasi produk [1].

Sulis dkk., melakukan penelitian di UMKM Herbamie dengan menggunakan metode *Design Thinking*. Hasil yang didapat pada penelitian ini yaitu didapatkan desain kemasan baru yang terdiri dari kemasan primer (*bowl*), sekunder (*handle box*), dan tersier (*distribution box*), dengan fokus pada *brand positioning*, *identity*, dan *image* [2].

Ghiffari., melakukan penelitian di UMKM Wedang Uwuh Yogyakarta dengan menggunakan metode *Design Thinking*. Hasil penelitian yang didapat yaitu didapatkan beberapa masalah seperti kemasan yang tidak mengikuti zaman sehingga dibutuhkan redesain kemasan. Kemasan minuman Wedang Uwuh dibuat lebih kompleks dan elegan, dengan kombinasi warna coklat dan hitam, serta stiker branding yang diperbarui [3].

Ryas dkk, melakukan penelitian di UMKM Loafjkt yang berlokasi di Jakarta Selatan dengan menggunakan metode *Design Thinking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan produk Loafjkt sebelumnya dinilai kurang mencerminkan identitas visual yang kuat, sehingga diperlukan redesain kemasan. Kemasan baru dirancang dengan konsep yang lebih *simple*, *approachable*, dan *affordable*, menonjolkan warna dominan coklat yang merepresentasikan produk *Burnt Cheesecake Brownies*. Redesain ini juga menghadirkan visual maskot sebagai wajah baru dari kemasan, sehingga produk lebih mudah diingat sebagai oleh-oleh khas Jakarta. Kemasan baru disertai stiker branding yang diperbarui, lengkap dengan elemen visual yang modern dan informatif untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat branding produk [4].

Banurea dkk, melakukan penelitian di UMKM Colenak Murdi Putra yang berlokasi di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, dengan menggunakan metode *Design Thinking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan lama produk Colenak Murdi Putra dinilai kurang menarik secara visual dan tidak praktis secara

fungsional, sehingga diperlukan perancangan ulang. Desain kemasan baru dirancang dengan menggunakan bahan plastik *Polyethylene Terephthalate* (PET) berbentuk *rice bowl* dan *thin wall*. Kemasan tersebut dilengkapi dengan label yang mengelilingi kemasan seperti ikat pinggang, serta memuat informasi produk secara lengkap. Desain baru ini dianggap lebih praktis, tidak mudah bocor, dan lebih menarik dibandingkan kemasan sebelumnya, sehingga mampu meningkatkan daya tarik produk di pasar [5].

Berdasarkan pernyataan dan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini memiliki perbedaan dari beberapa penelitian terdahulu yaitu seperti pada lokasi penelitian dan objek penelitian yang dilakukan. Sehingga penelitian ini dibuat dengan judul ***"Desain Kemasan Ayam Geprek Jagoan Menggunakan Metode Design Thinking"***.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang diperoleh pada Ayam Geprek Jagoan yaitu konsumen mengeluhkan penggunaan kemasan yang tidak menarik, di mana kemasan tersebut tidak dilengkapi dengan elemen penting seperti logo, nama produk, varian rasa dan tidak adanya informasi kontak dan sosial media yang mengakibatkan kurangnya pengenalan konsumen kepada *brand* produk Ayam Geprek Jagoan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan kemasan produk Ayam Geprek Jagoan yang disesuaikan dengan preferensi konsumen, serta dilengkapi dengan unsur-unsur penting seperti logo, nama produk, varian rasa, informasi kontak, dan media sosial. Dalam proses perancangannya, digunakan pendekatan *Design Thinking* untuk memahami kebutuhan konsumen secara mendalam dan menghasilkan solusi desain yang efektif secara visual dan fungsional.

1.4 Pembatasan dan Asumsi Masalah

Agar penelitian ini dapat berjalan dengan fokus, dibuatlah batasan masalah untuk mencegah penyimpangan dari rumusan masalah dan tujuan penelitian. Adapun batasan masalah dalam penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian ini dilaksanakan pada periode Maret hingga Mei 2025

2. Aspek biaya produksi tidak dipertimbangkan dalam rancangan kemasan Ayam Geprek Jagoan
3. Responden penelitian adalah konsumen Ayam Geprek Jagoan yang telah melakukan pembelian minimal dua kali dan usia 15 hingga 45 tahun
4. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan penyebaran dan pengisian kuesioner secara terbuka dan tertutup menggunakan lembar kuesioner

Adapun asumsi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Penggunaan metode *design thinking* mampu menghasilkan desain kemasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. Kemasan dirancang menggunakan bahan yang aman untuk makanan
3. Data hasil pengisian kuesioner sepenuhnya berasal dari konsumen Ayam Geprek Jagoan
4. Responden diasumsikan memahami pertanyaan yang ada didalam kuesioner
5. Jumlah responden ditentukan berdasarkan data penjualan yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha Ayam Geprek Jagoan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah pola atau susunan yang digunakan untuk menata sebuah tulisan secara teratur dan sistematis, sehingga mempermudah pembaca dalam memahami isi dan alur tulisan tersebut. Adapun sistematika penulisan pada penulisan skripsi ini yaitu sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang usaha ayam geprek jagoan yang memiliki masalah pada desain kemasan ayam geprek yang tidak menarik, dimana kemasan tersebut tidak dilengkapi dengan elemen penting seperti logo, nama produk, varian rasa dan tidak adanya informasi kontak dan sosial media. Permasalahan yang dialami oleh usaha ini akan diatasi dengan mendesain ulang kemasan ayam geprek jagoan menggunakan perangkat lunak *photoshop*. Penelitian ini akan menggunakan metode *Design Thinking* yang berfungsi untuk menggali kebutuhan dan preferensi konsumen secara mendalam, sekaligus menghasilkan solusi inovatif dan efektif. Sementara itu, *Likert Scale* digunakan sebagai alat untuk

mengukur tanggapan konsumen terhadap berbagai aspek dalam desain kemasan. Bab ini juga berisi tentang penjelasan perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan dan asumsi masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan penelitian-penelitian sebelumnya, teori-teori, konsep-konsep, dan temuan-temuan yang berkaitan dengan topik penelitian. Bagian ini bertujuan untuk memberikan landasan teoretis bagi penelitian yang dilakukan, mengidentifikasi kesenjangan dalam penelitian sebelumnya, serta menunjukkan kontribusi penelitian ini dalam memperluas atau memperdalam pemahaman di bidang tersebut**.** Dasar teori yang digunakan yaitu Desain, Kemasan, Metode *Design Thinking*, Uji Kecukupan Data, *Likert Scale*, Penelitian Terdahulu, Uji Validitas dan Realibilitas, dan Posisi Penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan rangkaian prosedur yang dirancang untuk merancang, mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data secara sistematis guna menjawab tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, metodologi mencakup identifikasi objek penelitian, yaitu kemasan Ayam Geprek Jagoan yang akan dirancang ulang menggunakan metode *design thinking*. Penelitian ini melibatkan alat dan teknik pengumpulan data seperti wawancara dengan pemilik usaha, survei kepada konsumen, dan observasi langsung terhadap kemasan kompetitor. Data yang terkumpul dianalisis melalui tahapan metode *design thinking*, mulai dari empati, perumusan masalah, ideasi, *prototype*, hingga pengujian. Diagram alir penelitian akan digunakan untuk menggambarkan alur pelaksanaan penelitian secara visual, memastikan setiap tahap terlaksana secara sistematis, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini bertujuan agar hasil penelitian menghasilkan desain kemasan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mampu memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya saing produk.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang data-data yang telah dikumpulkan berupa kuesioner pada saat survei terhadap konsumen ayam geprek jagoan. Selanjutnya, data yang telah terkumpul diolah dengan metode *design thinking*. Data yang diperoleh melewati 5 tahap yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

Emphatize merupakan proses pengumpulan data melalui kuisioner. *Define* merupakan proses pengindentifikasi kebutuhan konsumen berdasarkan kuesioner yang telah didapat pada saat melakukan survei. *Ideate* merupakan proses penerapan hasil *define* ke *redesign* kemasan. *Prototype* merupakan proses pembuatan produk jadi yaitu kemasan ayam geprek jagoan. *Test* merupakan pengujian kemasan apakah sudah sesuai dengan keingan pelanggan atau tidak. Jika tidak sesuai maka akan dilakukan *redesign* kembali.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian dimulai dari kesimpulan yang memberikan gambaran jelas mengenai temuan serta implikasi yang dihasilkan berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Saran dalam bab ini disampaikan untuk memberikan arahan dan rekomendasi terkait pengembangan penelitian selanjutnya, yang disusun berdasarkan pembatasan dan asumsi masalah.