

Bab I

Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Berawal dari sebuah perusahaan mie instan, Indofood secara progresif telah bertransformasi menjadi perusahaan *Total Food Solutions* dengan kegiatan operasi yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di rak para pedagang eceran. Misi Indofood adalah menyediakan produk yang berkualitas, inovatif dengan harga terjangkau, yang merupakan pilihan konsumen di seluruh Nusantara.

Berdasarkan laman resmi Indofood, divisi Produk Konsumen Bermerek meluncurkan produk Sambal Indofood dalam lima ukuran kemasan, yaitu botol 340 ml, botol 275 ml dan 140 ml, *sachet* 10 gram dan kemasan besar *jerrycan*. Dari hasil wawancara awal terhadap enam konsumen Sambal Indofood, ditemukan beberapa kelemahan kemasan. Tipe katup *flip-flop* seringkali memercikkan sisa-sisa saus yang tersisa pada tutup botol ketika dibuka setelah pemakaian sebelumnya. Saus sulit dikeluarkan ketika isinya kurang dari setengah botol, sehingga harus diguncang dengan sangat kuat. Sisa saus yang menempel di dasar botol sulit dikeluarkan dan dibersihkan jika botol ingin diisi ulang. Sebagai jenis kemasan siap hidang, ternyata kemasan Sambal Indofood masih meninggalkan beberapa masalah bagi konsumennya.

Tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen harus diperhatikan oleh Indofood. Adanya kepuasan pelanggan akan menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan minat beli ulang. Pada dasarnya, pelanggan yang merasa puas akan mengulangi konsumsinya di waktu yang akan datang. Sedangkan tingkat kepentingan konsumen akan memberikan panduan inovasi atribut apa yang akan dikembangkan oleh Indofood.

Pengemasan telah menjadi faktor penting dalam pemasaran produk-produk FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*) dalam mengkomunikasikan manfaat produk kepada konsumen. *Product packaging is therefore also related to other variables in*

the marketing mix (Czinkota and Ronkainen, 2007). *Good packaging is far more than a salesman, it is a flag of recognition and a symbol of values* (Lewis, 1991). Menurut BPS, pendapatan per kapita Indonesia di 2010 tercatat sebesar US\$ 3004. Pada saat sebuah negara mencapai pendapatan per kapita US\$ 3.000, masyarakat di negara tersebut akan memiliki daya beli tinggi yang memicu adanya perubahan struktural-fundamental. Perubahan ini tak hanya sebatas pada peningkatan daya beli masyarakat, tapi juga mengubah cara pandang hidup, nilai-nilai yang dipegang dan diyakini, gaya hidup, dan tentu perilaku sehari-hari, termasuk perilaku dalam membeli dan mengonsumsi (Yuswohady, 2010). Salah satu perubahan perilaku konsumen adalah mulai mengedepankan *value* dan menjadi lebih sadar kesehatan serta tanggung jawab dalam menjaga lingkungan.

Popularitas botol plastik telah menggeser popularitas botol gelas karena lebih murah, lebih ringan, dan lebih fleksibel. Contoh kemasan plastik yang digunakan oleh Sambal Indofood adalah kemasan botol 275 ml dan 140 ml. Botol plastik dapat menjadi karsinogenik (bahan yang dapat menyebabkan kanker) jika digunakan lebih dari satu kali karena terbuat dari *polyethylene terephthalate*. Seperti semua plastik, botol berbahan dasar sama ini tidak dapat terurai secara biologis (*non biodegradable*). Botol plastik akan terpecah menjadi polutan.



Gambar 1.1 Sambal Indofood Kemasan Botol 275 ml dan 140 ml

Solusi masalah sampah plastik dikenal dengan metode 3R, yaitu *reduce*, *reuse*, dan *recycle*. Dalam situs resminya, YIDP (Yayasan Inovasi Pemerintah Daerah) mencatat di tahun 2008 produksi plastik dan produk berbahan plastik mencapai 2,117 juta ton dan 952.000 ton di antaranya digunakan untuk kemasan. Dari jumlah itu, 80 persennya berpotensi sebagai limbah yang tidak bisa didaur ulang. Selain itu, pengolahan sampah yang menggunakan *incinerator* (mesin pembakar sampah) dapat menimbulkan masalah pencemaran udara.

QFD (*Quality Function Deployment*) merupakan metodologi untuk menerjemahkan keinginan dan kebutuhan konsumen ke dalam suatu rancangan produk yang memiliki persyaratan teknis dan karakteristik kualitas tertentu (Aka, 1990; Urban, 1993). Dengan diaplikasikannya metode QFD dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi pada Indofood untuk meningkatkan kualitas kemasan sehingga kepuasan dan loyalitas konsumen dapat tercapai.

Dengan mencuatnya isu lingkungan dan perubahan perilaku konsumsi masyarakat yang mulai mengedepankan *value* dan memiliki kesadaran akan tanggung jawab terhadap lingkungan, Indofood harus menyelaraskan produknya terhadap berbagai perubahan itu agar mampu mempertahankan kompetensi produk Sambal Indofood di industri *food & seasoning* Indonesia. Sambal Indofood tergolong produk FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*) dimana suara-suara konsumen akan sangat berpengaruh dalam proses pengembangan produk. Untuk menjembatani suara-suara konsumen dengan suara-suara perusahaan, digunakan metode QFD. Oleh karena itu, penelitian terhadap kemasan botol Sambal Indofood ukuran 275 ml dan 140 ml perlu dilakukan.

I.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap kemasan botol Sambal Indofood?
2. Apa saja karakteristik teknis yang diprioritaskan sebagai usulan perbaikan kemasan botol Sambal Indofood?
3. Bagaimana desain kemasan botol Sambal Indofood yang sesuai dengan karakter teknis dan ramah lingkungan?

4. Apa saja *critical part* yang harus diperhatikan dalam kemasan botol Sambal Indofood?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menilai tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap kinerja kemasan botol Sambal Indofood.
2. Mengetahui karakteristik teknis yang diprioritaskan sebagai sebagai usulan perbaikan kemasan botol Sambal Indofood.
3. Menentukan desain kemasan botol Sambal Indofood yang sesuai dengan karakter teknis dan ramah lingkungan.
4. Menentukan *critical part* yang harus diperhatikan dalam kemasan botol Sambal Indofood.

I.4 Batasan Penelitian

Ruang lingkup dan batasan dari tugas akhir “Usulan Perbaikan Desain Kemasan Sambal Indofood dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)” ini adalah :

1. Penelitian difokuskan pada kemasan produk botol plastik 275 ml dan 140 ml.
2. Tahap perancangan konsep perbaikan kemasan Sambal Indofood hanya sampai QFD iterasi ke-2 (*Part Deployment*).
3. Populasi diasumsikan sebesar lebih dari 10.000 konsumen. Dengan menggunakan metode Gervits (1994), ditentukan ukuran sampel berkisar antara 200 sampai dengan 1.000 responden.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi PT. Indofood CBP Sukses Makmur (ICBP)
Sebagai bahan masukan bagi korporat dalam melakukan perbaikan terhadap desain kemasan Sambal Indofood yang dilihat dari sisi konsumen dan lingkungan.
2. Bagi Peneliti
Mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh pada aktivitas perkuliahan dengan fakta yang ada di lapangan, sehingga hal ini akan meningkatkan pengetahuan serta wawasan penulis sendiri.

3. Bagi Institusi Pendidikan

Karya tulis yang bersifat keilmuan dan praktik dapat dijadikan sebagai referensi dalam penulisan karya tulis selanjutnya.

I.6 Kontribusi Penelitian

Berkaitan dengan kebutuhan praktis bagi perusahaan-perusahaan, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat:

1. Memberikan masukan-masukan bagi perusahaan, terutama yang bergerak di sektor industri produk konsumen bermerek.
2. Memberikan solusi atas permasalahan limbah plastik yang diakibatkan kemasan botol.
3. Dapat menjadi dasar dalam melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan perancangan kemasan produk berjenis FMCG.