

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia yang paling mendasar adalah makanan dan minuman. Tanpa adanya makanan dan minuman manusia tidak dapat melakukan aktivitas. Hal ini berarti makanan akan selalu dibutuhkan selama manusia masih hidup. Kebutuhan makanan akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk, terutama di perkotaan yang ramai penduduk.

Industri makanan dan minuman nasional terbukti menjadi salah satu industri dengan tingkat pertumbuhan cukup tinggi di Indonesia. Asosiasi Gabungan Pengusaha Industri Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) menargetkan penjualan hingga akhir tahun 2014 dapat tumbuh mencapai 8% menjadi Rp 1.000 triliun (kemenperin.com/industribisnismakanan, diakses 2016).

Sekarang ini konsumen lebih kritis dalam memilih suatu produk pangan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi industri pangan untuk mendesain dan menghasilkan produk yang benar-benar sesuai dengan keinginan konsumen. Produk pangan yang lezat, bergizi dan murah saja tidaklah cukup. Konsumen menginginkan sesuatu yang lain dalam mengonsumsi suatu produk pangan (Selfiyana, 2009). Jadi, untuk bertahan dalam bisnis pangan, produsen tidak hanya dituntut untuk reaktif tetapi juga proaktif dalam menyikapi keinginan pasar. Bisnis makanan sering dijumpai berupa restoran, rumah makan atau yang lebih dikenal dengan istilah kedai, dan bahkan sampai berupa warung yang dimana bisnis ini termasuk dalam kategori Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Pada saat ini banyak usaha kuliner yang menjual produk dengan menu andalan ayam olahan. Hal ini menciptakan persaingan usaha yang sangat ketat untuk rumah makan yang hanya fokus menjual produk ayam olahan. Rumah makan belomba-lomba menjual produk ayam olahan yang berbeda dengan berbagai macam rasa untuk menarik konsumen, sehingga membuat rumah makan yang baru memulai usahanya harus berfikir kreatif dan inovatif dalam mengolah ayam agar dapat diterima oleh konsumen dan dapat mengungguli produk ayam lainnya.

Kedai Ayam Beringas merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di bidang kuliner. Rumah makan ini berada di wilayah Universitas Telkom, Kabupaten Bandung. Kedai Ayam Beringas baru memulai usahanya pada 31 September 2016 lalu. Kedai ini hanya fokus menjual produk ayam olahan dengan sambal tradisional Indonesia dengan menggunakan konsep kedai atau rumah makan modern untuk melakukan penjualan produk. Dalam hal ini Ayam Geprek Beringas menciptakan ayam olahan dan sambal dengan cita rasa tradisional yang diadopsi dari makanan khas daerah di Indonesia. Pada saat ini kedai hanya menjual 3 macam jenis produk

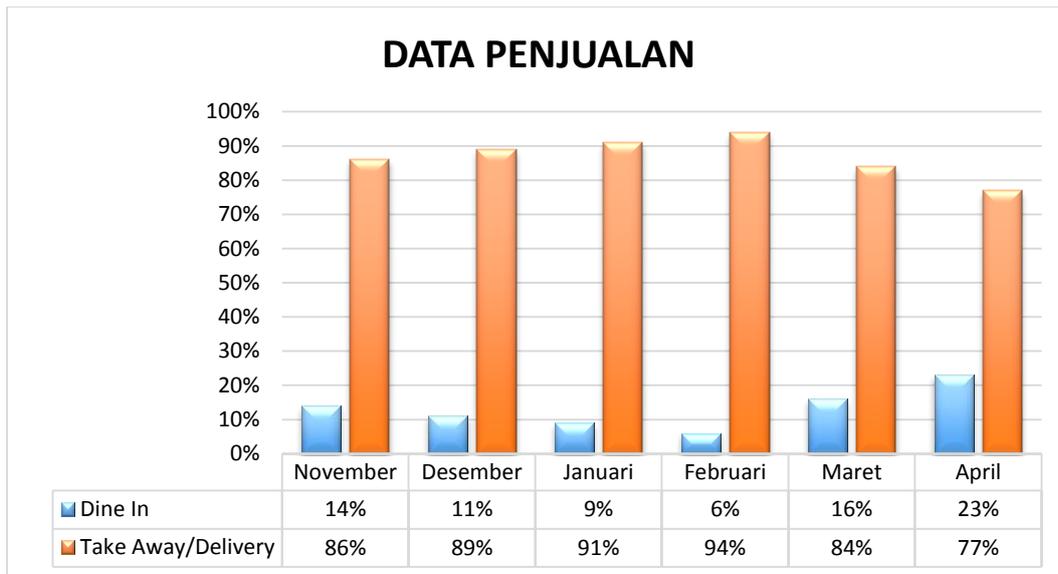
olahan ayam yakni ayam geprek goreng, ayam geprek panggang, dan sate taichan (ayam, kulit, usus). Persaingan yang ketat dalam usaha kuliner di wilayah Universitas Telkom membuat penjualan produk di kedai ayam beringas belum seperti yang diharapkan oleh pemilik. Berikut ini adalah data penjualan Ayam Beringas sejak didirikan pada bulan November 2016 hingga April 2017.

Tabel 1.1 Penjualan Ayam geprek

Bulan	Penjualan ayam geprek/porsi
November	650
Desember	974
Januari	695
Februari	836
Maret	1144
April	1123

Sumber : Data Pemilik Kedai Ayam Beringas

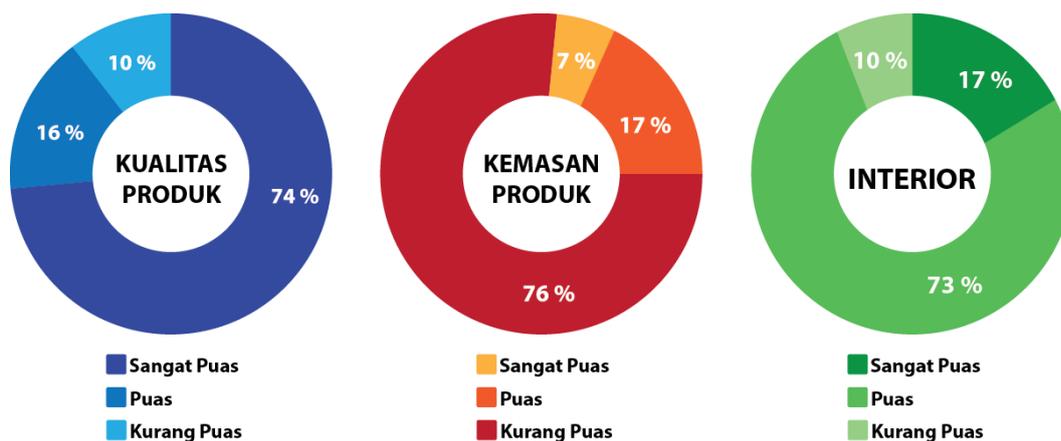
Saat ini sebagian besar pesanan konsumen yaitu dibawa pulang dan pesan antar, sehingga penggunaan kemasan sangat banyak digunakan setiap harinya. Tetapi ada beberapa masalah dengan kemasan Ayam Geprek. Menurut salah satu konsumen Wulan, “Kemasan Ayam Geprek tidak sesuai dengan produk yang dikemasnya. Kemasan dianggap terlalu sempit”. Produk yang ada didalam kemasan adalah nasi, sop, ayam geprek dan timun. Pernah terjadi juga box kontainer penyimpan pesanan terjatuh karena tingginya polisi tidur di jalan, kemudian sop yang ada didalam satu kemasan pecah lalu meresap ke nasi dan kotak kemasan. Jika tidak dilakukan perbaikan, konsumen akan merasa tidak nyaman saat makan karena kardus kemasan yang digunakan terlalu sempit dan pembungkus sop yaitu plastik yang rawan pecah. Sementara untuk ke kedai menyulitkan karena sebagian besar konsumen adalah mahasiswa yang banyak melakukan aktivitas perkuliahan. Berikut adalah data penjualan makan ditempat dan layanan pesan antar dapat dilihat pada Gambar 1.1



Gambar 1.1 Data Penjualan

Sumber : Data Pemilik Kedai Ayam Beringas

Dilihat dari data diatas rata-rata 87% konsumen membeli ayam geprek secara *take away/delivery order* sedangkan rata-rata untuk makan ditempat yaitu 13%. Masalah kemasan ini menjadi penting diatasi karena banyaknya keluhan dan komentar dari para pelanggan seputar pengemasan produk Ayam Geprek Beringas. Berikut ini adalah survey pendahuluan terkait kepuasan konsumen Kedai Ayam Beringas yang hasilnya dapat dilihat pada Gambar I.2



Gambar 1.2 Keterkaitan kepuasan konsumen Kedai Ayam Beringas

(Sumber: Survei pendahuluan (2016))

Hasil survey pendahuluan kepuasan konsumen terhadap Kedai Ayam Beringas di atas menunjukkan paling banyak 74% pelanggan sangat puas dengan kualitas rasa Kedai Ayam Beringas. Konsumen merasa kualitas rasa sudah cukup baik dengan bumbu masakan yang meresap dan melekat di lidah sehingga membuat konsumen baru datang merasa ketagihan setelah mencoba, sedangkan untuk desain interior kedai, survey menunjukkan 73% pelanggan puas dan merasa tempat kedai beringas nyaman dan yang terakhir untuk kemasan produk paling banyak 76% pelanggan merasa kurang puas terhadap kemasan produk karena kemasan yang digunakan terlalu kecil dengan kapasitas makanan ayam geprek dan produk sop sulit untuk langsung di simpan pada kemasan. Bentuk kemasan ayam geprek saat ini dapat dilihat pada Gambar I.3

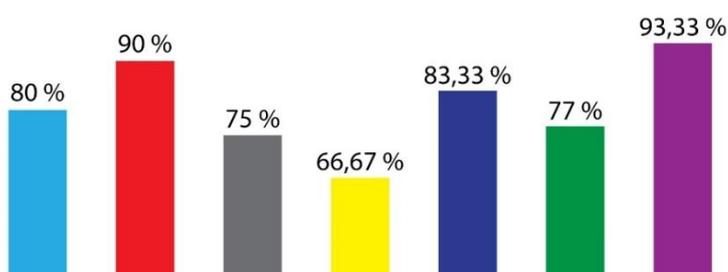
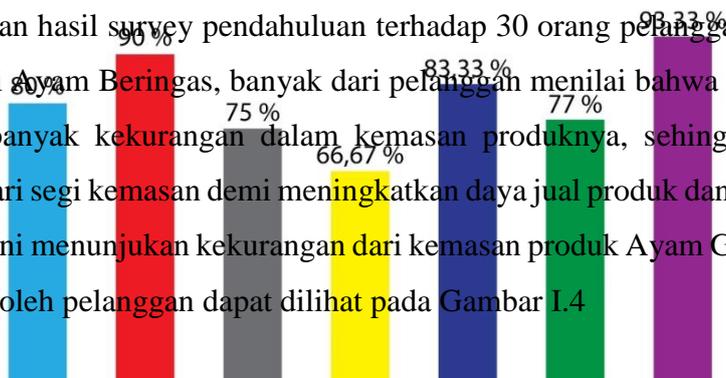
Gambar I.3 Kemasan Ayam Geprek saat ini



Dari hasil survey, masalah kemasan memang berpengaruh sangat besar terhadap kepuasan konsumen terhadap ayam geprek beringas. Fenomena ini yang menjadi dasar utama pemikiran untuk merancang perbaikan desain kemasan produk dari kedai ayam beringas, guna meningkatkan nilai bisnis dalam usaha makanan ayam olahan.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil survey pendahuluan terhadap 30 orang pelanggan tentang kemasan produk dari Kedai Ayam Beringas, banyak dari pelanggan menilai bahwa produk ayam geprek masih terdapat banyak kekurangan dalam kemasan produknya, sehingga perlu adanya perbaikan kualitas dari segi kemasan demi meningkatkan daya jual produk dan melakukan ekspansi pasar. Dibawah ini menunjukkan kekurangan dari kemasan produk Ayam Geprek Beringas yang masih dirasakan oleh pelanggan dapat dilihat pada Gambar I.4



Gambar I.4 Kekurangan Kemasan Produk Ayam Geprek
(diolah dari Survei pendahuluan tahun 2016)

Dari data survey di atas didapatkan hasil mengenai kekurangan kemasan produk ayam geprek beringas yaitu sebanyak 80% dari total responden mengatakan kualitas kemasan dari bahan, bentuk, warna, gambar, informasi kemasan produk ayam geprek beringas masih belum memenuhi standar kualitas kemasan, lalu 90% dari total responden mengatakan resiko kerusakan produk yang dikemas tinggi, kemudian 75% warna kemasan kurang menarik, 66,67% bentuk kemasan kurang menarik, 83,33% informasi produk belum ada, 77% bahan kemasan kurang cocok dengan produk yang dikemas, dan sebanyak 93,33% responden mengatakan tidak sesuai kapasitas kemasan dengan produk.

Didapat kesimpulan bahwa masih banyak kekurangan yang dirasakan konsumen mengenai kemasan dari ayam geprek beringas. Untuk menyikapi permasalahan dari kemasan produk ayam geprek beringas tersebut, maka perlu dilakukan perbaikan desain kemasan produk agar produk ayam geprek beringas dapat bersaing dan melakukan ekspansi pasar. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam perbaikan produk adalah metode *Quality Function Development* (QFD). Metode QFD ini dipilih karena berbasis pada kebutuhan dan keinginan pelanggan dan tidak hanya berfungsi sebagai alat kualitas, tetapi juga sebagai alat perencanaan suatu produk dalam melakukan perbaikan, sehingga langkah strategis yang dihasilkan dari penelitian ini

akan lebih memberikan kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini, pelanggan yang dimaksud adalah end user. Dimana end user merupakan konsumen akhir dari produk ayam geprek beringas.

Berdasarkan uraian dari latar belakang, berikut ini adalah pertanyaan penelitian didalam tugas akhir ini:

- a. Apa saja kebutuhan konsumen untuk kemasan produk Ayam Geprek Beringas?
- b. Karakteristik teknis apa yang perlu dipertimbangkan dari kemasan Ayam Geprek Beringas?
- c. Apa saja *part specification* yang perlu diprioritaskan dalam merancang desain kemasan produk Ayam Geprek Beringas?
- d. Bagaimana rekomendasi spesifikasi kemasan produk Ayam Geprek Beringas untuk dapat melakukan ekspansi pasar dan upaya memenuhi kebutuhan pelanggannya di wilayah Universitas Telkom, Kabupaten Bandung dengan memperhatikan aspek biaya yang telah ditetapkan?

I.3 Tujuan Pengembangan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui kebutuhan konsumen akan kemasan produk ayam geprek Beringas,
- b. Untuk mengetahui karakteristik teknis dalam kerangka *House of Quality* terhadap kemasan Ayam Geprek Beringas,
- c. Mengidentifikasi *part specification* yang diprioritaskan dalam merancang desain kemasan produk Ayam Geprek Beringas.
- d. Merumuskan rekomendasi spesifikasi kemasan produk Ayam Geprek Beringas untuk dapat melakukan ekspansi pasar dan upaya memenuhi kebutuhan pelanggannya di wilayah Universitas Telkom, Kabupaten Bandung dengan memperhatikan aspek biaya yang telah ditetapkan.

1.4 Batasan Pengembangan

Dalam penelitian ini agar maksud dan tujuan dari penelitian dapat tercapai, maka batasan penelitian yang ditentukan adalah sebagai berikut :

- a. Keluaran dari pengembangan ini hanyalah berupa usulan rancangan.
- b. Pengembangan ini hanya dilakukan sampai tahap model rancangan.
- c. Pengembangan ini dibatasi dengan mempertimbangkan biaya produksi kemasan sebesar Rp 1400,00/pcs.

I.5 Manfaat Pengembangan

Dalam penelitian ini manfaat yang didapatkan adalah memberikan sumbangan kepada pelaku bisnis ataupun perusahaan mengenai desain kemasan yang lebih baik sehingga memberikan dampak pada peningkatan usaha bisnis dengan redesain ulang kemasan dan memberikan peningkatan terhadap daya saing produk.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir ini terbagi menjadi 6 bab, dimana masing-masing bab terdiri dari sub bab yang menjelaskan isi dari bab tersebut. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini menguraikan latar belakang dari penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, dan sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori penunjang yang diharapkan dapat menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi. Penjelasan bab ini meliputi pengertian *quality function development* dan metode redesain kemasan.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dalam penelitian ini.

BAB V. ANALISIS DATA

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan analisis yang dilakukan terhadap data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan peneliti berdasarkan penelitian ini.