

BAB I

PEDAHULUAN

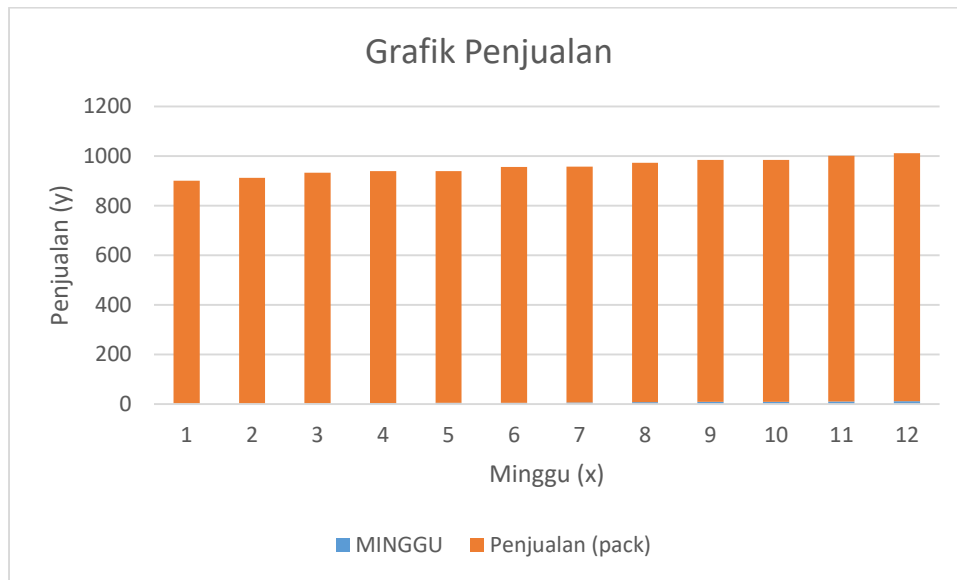
1.1 Latar Belakang

Produk merupakan barang atau jasa yang dikonsumsi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Berbagai usaha dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkan, sehingga produsen maupun penjual harus mampu menyediakan produk yang mampu memuaskan konsumen. Oleh karena itu, pengembangan produk menjadi salah satu aspek penting bagi produsen. Pada produsen barang dan jasa berkembang filosofi pengembangan produk. Ada dua cara dalam filosofi pengembangan produk tersebut, yaitu product out dan market in. Product out adalah pengembangan produk sesuai dengan spesifikasi yang dikembangkan dan teknologi yang dimiliki produsen. Sedangkan, market in merupakan istilah dalam pengembangan produk dimana produk dibuat sesuai preferensi konsumen (Nagamachi,2003). Berdasarkan perkembangannya, filosofi market in lebih berkembang karena konsumen lebih memperhatikan rancangan produk dalam membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Produsen yang dapat mengembangkan produk sesuai dengan preferensi konsumen (*human centered design*) akan memberikan kepuasan bagi konsumen, sehingga produk yang diproduksi dan diperdagangkan dapat bersaing di pasar.

Salah satu UMKM yang berada di Kota Salatiga adalah snak ringan “EKA-RASA” yang berada di desa Tetep RT06 RW04 Kelurahan Randuacir, Kecamatan Argomulya Kota Salatiga. Usaha ini bergerak dalam bidang pembuatan makanan ringan dari bahan utamanya tepung terigu, bawang putih, kaldu sapi dan diberi nama cistik kaldu sapi “EKA-RASA” dan Pangsit “EKA-RASA”. Usaha ini sudah berlangsung selama 6 bulan dan dalam melakukan kegiatan usahanya UMKM “EKA-RASA” dibantu oleh 3 orang karyawan dan memproduksi setiap harinya 25 Kg bahan tepung terigu di olah menjadi cistik sapi EKA – RASA

UMKM EKA RASA memproduksi cistik sapi dengan kemasan plastik sablon berwarna hijau dan tidak memiliki ciri khas yang mudah di ingat. Varian rasa yang dimiliki hanya kaldu sapi sehingga konsumen tidak dapat melakukan pemilihan produk yang ingin dibeli. Serta tidak memiliki kesan pertama yang menarik untuk konsumen melakukan pembelian pada produk cistik sapi EKA-RASA

Gambar 1.1 Grafik penjualan dalam 3 bulan terakhir



Sumber: UMKM EKA RASA

Muncul permasalahan seiring berkembangnya makanan ringan di sekitar kota salatiga, sehingga pilihan produk untuk konsumen menjadi lebih variatif. Hal ini membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih makanan ringan yang dapat memuaskan keinginannya dan menjadi lebih mudah untuk memilih. Oleh karena itu, pemilik harus dapat mengembangkan rancangan produk yang lebih bervariasi dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pengembangan rancangan produk kemasan dilakukan berdasarkan preferensi konsumen, sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Selain itu apakah produk baru yang akan di pasarkan mampu merebut pangsa pasar yang sudah ada dari produk yang lainnya. Pengembangan rancangan produk UMKM EKA RASA dilakukan berdasarkan

preferensi konsumen tersebut dapat dilakukan menggunakan metode *kansei engineering*

Metode *kansei engineering* adalah suatu metode yang digunakan untuk membantu pengembangan produk dengan melibatkan persepsi konsumen agar sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nagamachi, *kansei engineering* dapat mengidentifikasi keinginan konsumen terhadap suatu produk. Metode *kansei engineering* lebih mengutamakan sisi psikologis (*kansei*) konsumen dalam mengambil keputusan sebelum membeli sebuah produk, sehingga konsumen dapat mengekspresikan keinginannya dan memudahkan produsen dalam menterjemahkan keinginan konsumen dalam merancang produk. Dengan menggunakan sisi psikologis konsumen, maka produsen dapat merancang sebuah produk yang berkualitas, memenuhi keinginan dan memuaskan konsumen. Bagi produsen sangat penting untuk memproduksi produk yang sesuai persepsi (*kansei*) konsumen karena konsumen menjadi nyaman menggunakan dan loyal terhadap produk tersebut (Shaari,2001).

Dalam melakukan pengembangan produk kita tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk baru yang sesuai dengan keinginan konsumen tetapi juga dituntut untuk menganalisis apakah produk tersebut layak untuk di kembangkan atau tidak. Sehingga didalam penerapannya perusahaan tidak mengalami kerugian dikarenakan telah melihat dari analisis kelayakannya.

Kansei engineering memiliki keunggulan untuk digunakan pada pengembangan rancangan produk UMKM EKA RASA dibandingkan metode yang lain, misalnya metode QFD. Metode QFD adalah suatu metodologi untuk menterjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen ke dalam suatu rancangan produk yang memiliki persyaratan teknik dan karakteristik kualitas tertentu (Novita, 2002), sedangkan dengan *kansei engineering* membantu perancangan produk berdasarkan sisi psikologis konsumen. Penggunaan *kansei engineering* lebih sesuai daripada QFD karena konsumen mengutamakan sisi psikologisnya dalam memilih.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana merancang dan mengembangkan produk UMKM EKA RASA menggunakan metode *kansei engineering* ?
2. Bagaimana kelayakan pengembangan produk ditinjau dari aspek finansial dan non finansial ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengembangan produk UMKM EKA RASA seperti apa yang diminati konsumen
2. Mengetahui apakah produk baru UMKM EKA RASA layak untuk di jalankan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat bagi produsen yaitu mampu menghasilkan produk UMKM berdasarkan emosi dan persepsi konsumen.
2. Meghasilkan produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga memberikan kepuasan bagi konsumen.
3. Melihat hasil uji kelayakan dari pengembangan produk UMKM EKA RASA

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitan ini tidak terlalu luas topik pembahasannya maka diperlukan adanya pembatasan masalah, adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah

1. Produk yang diteliti adalah snak ringan cistik sapi UMKM EKA RASA
2. Responden adalah konsumen yang akan dan sudah membeli

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian dalam laporan tugas akhir ini mengikuti uraian yang diberikan pada setiap bab yang berurutan untuk mempermudah pembahasannya. Dari pokok-pokok permasalahan dapat dibagi menjadi enam bab seperti dijelaskan, di bawah ini.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pendahuluan yang meliputi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, asumsi, dan sistematika penulisan.

BAB II : STUDI PUSTAKA

Berisi mengenai landasan teori yang mendukung dan terkait langsung dengan penelitian yang akan dilakukan yang bersumber dari data perusahaan, buku, jurnal penelitian, sumber literatur lain, dan studi terhadap penelitian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang uraian langkah-langkah penelitian yang dilakukan, selain juga merupakan gambaran kerangka berpikir penulis dalam melakukan penelitian dari awal sampai penelitian selesai.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisi tentang data-data/informasi yang diperlukan dalam menganalisis permasalahan yang ada serta pengolahan data dengan menggunakan metode yang telah ditentukan.

BAB V : ANALISIS DAN INTERPRETASI HASIL

Analisis berisi penjelasan dari output yang didapatkan pada tahapan pengumpulan dan pengolahan data; interpretasi hasil merupakan ringkasan singkat dari hasil penelitian.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan serta rekomendasi ataupun saran yang diberikan untuk perbaikan.