

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kuliner pada saat ini sudah menjadi kebutuhan atau menjadi *trend* di kalangan remaja ataupun di kalangan dewasa. Hal ini juga dilihat dari perkembangan zaman yang membuat keanekaragaman kuliner bervariasi yang juga disesuaikan dengan kemajuan teknologi.

Perkembangan kuliner di Pekanbaru telah berkembang dengan begitu pesat, berbagai bentuk inovasi telah banyak dikembangkan oleh para pelaku usaha guna untuk menambah cita rasa dan estetika produk. Dengan adanya inovasi telah terbukti membantu pengusaha dalam menjalankan usahanya dengan baik serta dapat menaikkan *profit* perbulannya. Kuliner merupakan hal yang tidak bisa begitu saja dihilangkan dalam kehidupan masyarakat yang ada di perkotaan. Hal ini dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari, setiap orang selalu berhubungan dengan konsumsi, apakah itu untuk memenuhi kebutuhan akan makan, pakaian, hiburan atau kebutuhan yang lain (Kairani, 2009). Pengeluaran masyarakat untuk makanan, pakaian, dan kebutuhan lainnya tersebut dinamakan dengan pembelanjaan atau konsumsi. Pengeluaran konsumsi melekat pada setiap orang mulai dari lahir sampai dengan akhir hidupnya, artinya setiap orang sepanjang hidupnya melakukan kegiatan konsumsi. Oleh karena itu, kegiatan konsumsi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia.

Pada umumnya air tebu yang banyak dijual merupakan air tebu dalam kemasan ataupun tampilan yang biasa saja. Hal ini menyebabkan keuntungan atau hasil yang didapat memiliki rata-rata yang sama, kreatifitas yang ada pada air tebu atau olahan sari tebu ini juga belum terlalu menonjol atau menarik pelanggan untuk membeli atau merasakan inovasi dari produk yang dihasilkan. Adapun competitor dengan variasi atau inovasi di Pekanbaru pun juga masih kurang bahkan bisa dikatakan belum ada.

Adapun data rata-rata penghasilan yang didapat oleh penjual tebu yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Penjualan tebu

No	Bulan	Jumlah Air Tebu yang Terjual (Gelas)	Total Harga (Rp)
1	Februari	580	2900000
2	Maret	640	3200000
3	April	624	3120000
4	Mei	618	3090000

Berikut ini merupakan lampiran hasil wawancara kepada 30 Orang konsumen yang membeli pada penjual tebu, hal ini berguna untuk mengetahui apakah konsumen air tebu di Kota Pekanbaru, khususnya kecamatan Tampan apakah sudah puas dengan desain konsep produk air tebu dan harga yang ditawarkan kepada konsumen.

Tabel 1.2 Hasil Wawancara.

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Iya	%	Tidak	%
1	Apakah produk saat ini sudah sesuai dengan selera yang anda inginkan ?	14	46,66%	16	53,33%
2	Apakah produk sudah memiliki beraneka ragam topping yang disediakan ?	9	30%	21	70%
3	Apakah produk saat ini sudah memiliki daya tahan untuk dikonsumsi sesuai dengan keinginan anda ?	15	50%	15	50%
4	Apakah harga produk sudah sesuai dengan keinginan anda?	5	16,66%	25	83,33%
5	Berapa sering anda belanja dalam 1 bulan pada pedagang tebu di kecamatan tampan ?	28	93,33%	2	6,66%

Dari hasil wawancara pada Tabel 1.2 terdapat bahwa beberapa variabel tersebut belum optimal pada point 1, 2, dan 3, sehingga perlu adanya pengembangan produk terhadap air tebu. Kemudian pada point 3 memiliki persentase sebesar 50% untuk setiap kategori dengan analisa yang *standard* yaitu ketahanan untuk air tebu sama seperti air tebu lainnya. Pengembangan ini akan dilakukan pada usaha tebu TEENERS (Tebu Enak Segers). Dalam pengembangan

produk makanan, ini termasuk kedalam produk-produk *process-intensive*. Untuk produk ini, proses produksi menetapkan batasan yang ketat pada produk, sehingga rancangan produk tidak dapat dipisahkan bahkan pada fase konsep dari perancangan proses produksi. Pada beberapa situasi, suatu proses produk baru dan proses baru dikembangkan (Ulrich *and* Eppinger, 2001).

Produk terkait merupakan produk yang ada sekarang yang memiliki kesamaan dengan produk yang sedang dikembangkan atau submasalah yang menjadi fokus dalam penelitian. *Benchmarking* dapat digunakan dapat mengungkapkan konsep produk yang sudah ada yang telah dipakai untuk memecahkan masalah yang terkait, dan juga memberikan informasi mengenai kelemahan kekuatan dari pesaing (Ulrich *and* Eppinger, 2001).

Pada kasus penelitian ini competitor hanya dari usaha tebu lainnya yang menjual produk sama seperti air tebu biasanya, selain itu beberapa sudah menunjukkan beberapa inovasi seperti es cendol menggunakan sari tebu atau es krim dari sari tebu. Namun hal ini terjadi dari luar provinsi Riau khusus nya Kota Pekanbaru. Produk-produk tersebut dapat memanjakan mata dan mengundang rasa penasaran dari pelanggan. Adapun contoh dari produknya sebagai berikut :



Gambar 1.2 Produk *Competitor* (Pesaing)

Dari Gambar 1.1 dan Gambar 1.2 di atas dapat di lihat bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan perbedaan terhadap produk yang harus dikembangkan atau diberi warna dalam inovasi demi mengimbangi perkembangan dengan zaman atau *trend*. Pengembangan produk baru dengan berorientasi keinginan konsumen sangat penting dilakukan. Hal ini sesuai dengan konsep marketing yang paling dasar, yaitu berusaha memproduksi produk atau jasa untuk memenuhi selera konsumen. Kegiatan ini harus menghasilkan *win-win solution*, artinya pelanggan ingin membeli suatu produk kalau produk tersebut sesuai

dengan keinginannya. Sebaliknya perusahaan dapat memperoleh keuntungan (*profit*) dari produk yang dihasilkannya kalau produk tersebut dibeli oleh pelanggan (Rangkuti, 2001).

Dengan kata lain perusahaan selalu berpedoman atau terfokus kepada nilai-nilai yang terdapat dalam diri pelanggan, sehingga kegiatan pemasaran tersebut dapat berhasil dengan baik. Orientasi terhadap pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi kesuksesan usaha pemasaran. Untuk memenuhi kebutuhan apa yang diinginkan konsumen dan apa saja yang telah dilakukan oleh para pesaing (Tutuhatunewa, 2010).

Prinsip-prinsip dari *Quality Function Deployment* (QFD) sangat tepat digunakan untuk menjawab tantangan di atas, karena pada prinsipnya QFD adalah suatu metode untuk membuat perencanaan atau desain produk (barang atau jasa) dan pengembangannya, yang secara sistematis dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen serta kemampuan teknis perusahaan, sekaligus mengevaluasi usaha-usaha untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, perusahaan akan dapat memberikan produk yang benar-benar dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan, sehingga tercapai keseimbangan produk dari segi efektivitas (manfaat) dan efisiensi (biaya, tenaga, dan waktu) (Jaelani, 2012).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana merancang pengembangan produk Air Tebu menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan *Benchmarking*?”.

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah “Merancang pengembangan produk Air Tebu dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan *Benchmarking*. Serta untuk mengetahui hasil pengujian konsep yang dilakukan terhadap konsep produk yang telah dikembangkan menggunakan metode QFD dan *Benchmarking*.”

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dari pengembangan produk Air Tebu dalam penelitian ini dapat dirasakan oleh beberapa pihak terkait yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Usaha Dagang (UD)

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan perencanaan dan pengembangan produk air tebu terhadap UD yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen serta dapat mempertahankan konsumen yang ada bahkan mendatangkan konsumen baru. Dengan demikian pendapatan yang dihasilkan akan mengalami kenaikan, yang dimulai dengan menemukan permasalahan melalui metode QFD dan *Benchmarking*.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti dalam usaha penyelesaian masalah di bidang produk dengan menggunakan metode QFD dan *Benchmarking*.

1.5 Batasan Masalah

Untuk fokus kepada masalah inti dalam penelitian terdapat batasan ruang lingkup dalam penelitian ini. Adapun batasan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah konsumen yang berada di Kota Pekanbaru, khususnya Kecamatan Tampan.
2. Pengambilan data dilakukan pada tanggal 1 Februari 2017 sampai 31 Mei.
3. Metode QFD yang digunakan hanya sampai HoQ 2.
4. *Banchmarking* yang digunakan dalam penelitian sesuai dengan atribut pertanyaan *Voice of Customer* (VOC).

1.6 Posisi Penelitian

Untuk melihat kesamaan dari penelitian sebelumnya maka dilakukan perbandingan posisi penelitian dari jurnal yang telah diterbitkan. Adapun posisi penelitian pengembangan desain produk air tebu dapat di lihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3 Posisi Penelitian Pengembangan Produk.

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil
1.	Studi Pengembangan Produk Es Krim Dengan Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD) Untuk Konsumen Remaja Oleh : Yenny Siswanto 2006	Pendekatan : Menggunakan faktor penentu kesuksesan NPD (<i>New Product Development</i>) dan Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk es krim yang selama ini sudah ada dipasaran, sudah cukup untuk seluruh anak-anak, remaja dan dewasa. Namun pada es krim jenis flour buah lokal khususnya sasaran remaja masih sedikit jumlah variasinya. 2. Produk es krim yang selama ini sudah ada dipasaran, sudah cukup untuk seluruh anak-anak, remaja dan dewasa. Namun pada es krim jenis flour buah lokal khususnya sasaran remaja masih sedikit jumlah variasinya.
			<ol style="list-style-type: none"> 3. Kandidat pertama ukuran pertama 100-150 ml, bentuk cone dan harga Rp 2500,00-Rp 5000,00. Kandidat kedua ukuran 400-1000 ml, bentuk stik, harga Rp 5500,00-Rp 8000,00. Kandidat ketiga ukuran 200-350 ml, bentuk cup, harga Rp 8500,00-Rp 10.000,00. Dan kandidat keempat ukuran 1000 ml bentuk famili <i>pack</i> sedangkan harga harga Rp 10.500,00-Rp 20.000,00. 4. Berdasarkan hasil interaksi keinginan konsumen dengan aspek teknis produksi yang didapatkan dari metode ini diperoleh satu kandidat produk dengan atribut ukuran 100-150 ml, bentuk <i>cup</i>, dan harga Rp 2500,00-Rp 5000,00.

Tabel 1.3 Posisi Penelitian Pengembangan Produk (Lanjutan)

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil
2.	<p>Aplikasi Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD) Dalam Pengembangan Produk Air Minum Kemasan</p> <p>Oleh : Alfredo Tutuhaturunewa 2010</p>	<p>Pendekatan: Penelitian ini menggunakan tujuh atribut yang dianggap penting oleh konsumen</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain kemasan, kejernihan air, rasa, kemudahan memperoleh produk, harga, ketahanan dan kekuatan kemasan, serta ketahanan dan kekuatan air. 2. Kualitas air minum kemasan AISO rata-rata tingkat kepuasan pelanggan 4,462. Sehingga sudah bisa bersaing dengan kedua pesaing yaitu produk air minum FLOW (4,428) dan AIDOL (4,408). 3. Prioritas yang dilakukan perusahaan dalam upaya peningkatan kualitas produk air minum kemasan AISO berdasarkan <i>House of Quality</i>.
3	<p>Pengembangan Rancangan Desain Produk Martabak Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD) dan <i>Benchmarking</i></p> <p>Oleh : Gusri 2016.</p>	<p>Pendekatan: Menggunakan Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD) serta menggunakan 8 atribut yang dianggap penting oleh konsumen</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atribut yang diperhatikan adalah warna, penampilan, porsi, bentuk, tekstur, aroma, tingkat ke matangan, dan rasa. 2. Kandidat yang di tampilkan ukuran jumbo, premium, , serta mini. 3. <i>Design</i> dari produk martabak yang dihasilkan merupakan design yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.
4	<p>Pengembangan Usaha Es Tebu TEENERS dengan Menggunakan Metode QFD</p> <p>Oleh : Arief Ramadhony M.A</p>	<p>Pendekatan : Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian menggunakan rumah kualitas dari rumah kualitas 1 sampai dengan rumah kualitas 2. 2. Sasaran dalam penelitian ini mencakup dari anak-anak, remaja dan dewasa 3. Inovasi atau perancangan produk air tebu merupakan produk inovasi yang di butuhkan oleh konsumen

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, asumsi penelitian, batasan masalah, posisi penelitian dan sistematika penyusunan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menerangkan teori-teori yang menunjang atau dasar yang digunakan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun terori-teori yang didapatkan bersumberkan dari jurnal, buku, dan media lainnya yang dapat membantu secara teoritis dari penelitian pengembangan produk air tebu menggunakan *Quality Function Deployment* (QFD).

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode yang digunakan dalam penelitian, terdiri dari obyek penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisa data.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan secara sistematis langkah-langkah semua yang digunakan dalam proses pengumpulan data dan teknis pengolahan data untuk menyelesaikan permasalahan.

BAB V ANALISA

Bab ini berisikan analisis dan pembahasan mengenai pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan pada bab sebelumnya.

BAB VI PENUTUP

Berisi kesimpulan dari serangkaian pembahasan penelitian yang dilakukan serta saran-saran yang perlu disampaikan.