

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pandemi *Covid-19* yang terjadi di Indonesia menuntut perusahaan untuk menyusun kembali strategi dalam bisnisnya sehari-hari, yang mengakibatkan beberapa perusahaan harus kehilangan banyak sekali kesempatan dalam kegiatan bisnisnya. Adanya peraturan pemerintah, yang mengharuskan menerapkan kegiatan PSBB (*Phisycal Distancing* Berskala Besar) guna mencegah penyebaran *Covid-19* di Indonesia, dapat menyebabkan terjadinya penurunan omset yang sangat drastis di hampir semua perusahaan khususnya dibidang kuliner.

PT. Inspirasi Kuliner Indonesia sebuah perusahaan yang bergerak dibidang kuliner yang menjual produk cepat saji dengan konsep outlet semi kontainer, saat ini mengalami penurunan omset yang sangat drastis akibat dampak dari pandemi *covid-19*. Penurunan omset yang terjadi pada PT. Inspirasi Kuliner Indonesia di sebabkan karena adanya peraturan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) yang di berlakukan oleh pemerintah sejak bulan Maret 2020. Sehingga masyarakat di Indonesia tidak bisa beraktifitas diluar rumah dan harus melakukan aktifitas kegiatan nya di dalam rumah atau melakukan isolasi dirumah.

Banyak sekali industri makanan atau restaurant yang merasakan dampak yang cukup besar akibat dari pandemi ini salah satu nya adalah PT. Inspirasi Kuliner Indonesia. Demi mempertahankan dan meningkatkan omset di masa pandemi ini, perusahaan harus melakukan sebuah inovasi dalam produknya dimana sebuah produk dapat dinikmati dan diterima oleh masyarakat dimasa pandemi ini.

Melihat konsekuensi yang dilematis di masa pandemi ini, PT. Inspirasi Kuliner Indonesia membuat strategi baru dalam melakukan pengembangan produknya, dimana dalam proses pengembangan produknya perusahaan tersebut harus memperhatikan aspek-aspek dari kondisi pandemi di Indonesia saat ini. Dalam kondisi yang terjadi selama pandemi ini, dimana setiap orang harus melakukan *physical distancing* dan melakukan segala aktivitas dan kegiatannya

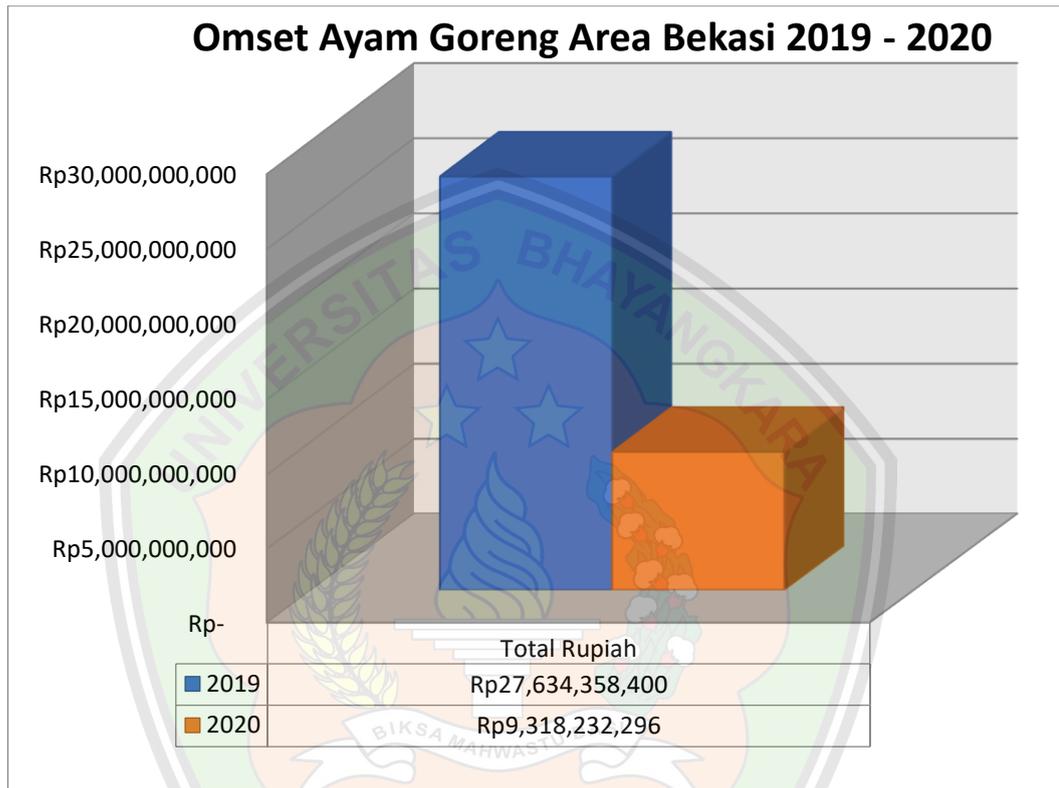
yang hanya dapat dilakukan dirumah saja, maka perusahaan harus berfikir secara realistis dengan menciptakan sebuah produk yang mendukung kegiatan PSBB ini, yang mana produk tersebut dapat dinikmati oleh *customer* tanpa harus keluar rumah dan tetap aman dirumah saja saat pandemi ini.

Tabel 1.1 Data Omset Outlet Area Bekasi

Data Omset Outlet Area Bekasi			
NO	Nama Outlet	Tahun	
		2019	2020
1	Chairil Anwar Bekasi	Rp 1.802.880.000	Rp 970.800.000
2	Imam Bonjol 1	Rp 1.566.480.000	Rp 501.553.440
3	Warung Bongkok	Rp 1.322.520.000	Rp 382.698.840
4	Kampung Asem	Rp 1.208.040.000	Rp 369.445.200
5	Taman Aster Cikarang	Rp 1.386.720.000	Rp 521.509.200
6	Kemang Pratama	Rp 1.701.372.000	Rp 458.037.600
7	Nusantara Bekasi	Rp 1.447.440.000	Rp 551.845.500
8	Babelan Bekasi	Rp 1.533.000.000	Rp 409.630.920
9	Ujung Harapan	Rp 1.619.400.000	Rp 451.849.476
10	Exit Tol Bekasi Timur	Rp 1.456.274.400	Rp 730.680.000
11	Raya Setu	Rp 1.623.072.000	Rp 352.147.200
12	Rawa Lumbu	Rp 1.415.448.000	Rp 333.834.000
13	Muchtar Tabrani	Rp 1.519.320.000	Rp 416.062.800
14	Cipete Bekasi	Rp 1.706.520.000	Rp 495.022.800
15	Kemuning Bekasi	Rp 1.552.332.000	Rp 936.600.000
16	Hankam 2	Rp 1.700.148.000	Rp 518.016.000
17	Bintara Jaya	Rp 1.549.548.000	Rp 486.914.520
18	H. Nain Bekasi	Rp 1.523.844.000	Rp 431.584.800
	Total	Rp 27.634.358.400	Rp 9.318.232.296

Sumber : Dokumentasi PT. Inspirasi Kuliner Indonesia, 2021

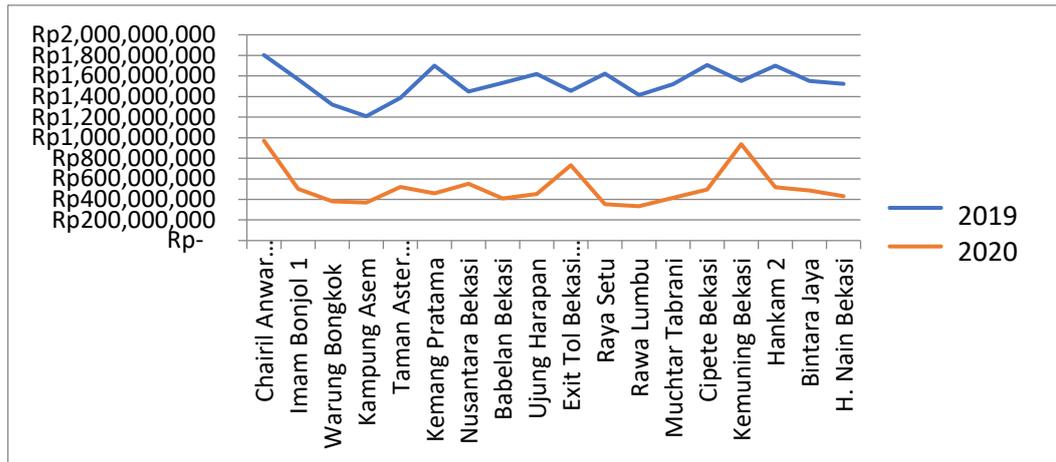
Bisa dilihat pada tabel 1.1, terjadi penurunan omset penjualan yang sangat drastis selama pandemi berlangsung dimana total penjualan ayam pada tahun 2019 sebesar Rp 27.634.358.400, sedangkan total penjualan pada tahun 2020 hanya sebanyak Rp 9.318.232.296. Pada data ini menunjukkan terjadinya penurunan penjualan sebesar 66%.



Gambar 1.1 Grafik Penurunan Permintaan Ayam Goreng

Sumber : Dokumentasi PT. Inspirasi Kuliner Indonesia, 2021

Bisa dilihat dari grafik pada gambar 1.1 dimana pada tahun 2020 PT. Inspirasi Kuliner Indonesia mengalami penurunan omset penjualan hingga 66% dari omset penjualan pada tahun sebelumnya. Hal ini juga menjadi penyebab utama dari turunnya posisi pemimpin pasar pada kategori bisnis brand lokal produk *fast food* dikelasnya.



Gambar 1.2 Grafik Penurunan Permintaan Ayam Goreng

Sumber : Dokumentasi PT. Inspirasi Kuliner Indonesia, 2021

Bisa dilihat pada gambar 1.2 dimana selama masa pandemi semua outlet dia area bekasi mengalami penurunan yang sangat drastis. Hal tersebut terjadi karena ada nya peraturan pemerintah yaitu PSBB.

Bisa dilihat pada tabel 1.2 dimana data produk *fast food* kategori brand lokal. Pada tahun 2019 brand dari PT. Inspirasi Kuliner Indonesia sempat menjadi top brand pada kelasnya, namun dikarenakan kurangnya inovasi selama pandemi pada tahun 2020, PT. Inspirasi Kuliner Indonesia telah disalip oleh kompetitornya.

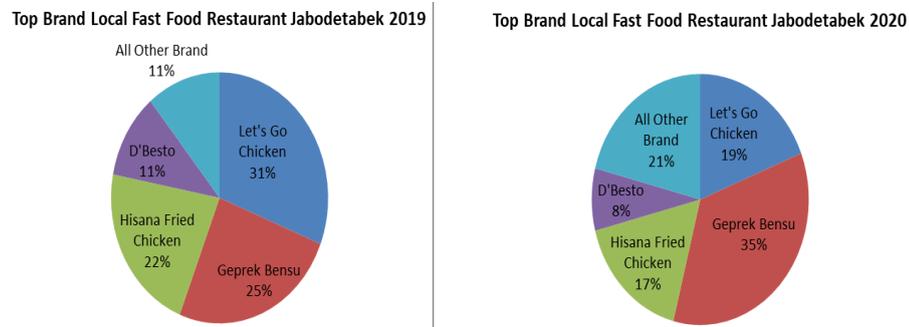
Tabel 1.2 Market Share Local Kategori Fast Food Product

Market Share Local Fast Food Restaurant Jabodetabek			
No	Brand	2019	2020
1	Let's Go Chicken	31%	19%
2	Geprek Benu	25%	35%
3	Hisana Fried Chicken	22%	17%
4	D'Besto	11%	8%
5	All Other Brand	11%	21%

Sumber : Dokumentasi PT. Inspirasi Kuliner Indonesia, 2020

Dilihat dari tabel 1.2, pada tahun 2019 PT. Inspirasi Kuliner Indonesia berhasil menjadi *market leader* dikelasnya dengan *total brand index* sebesar 31%

pada kategori *fried chicken booth & container*. Sedangkan pada tahun 2020 PT. Inspirasi Kuliner Indonesia tidak lagi menjadi *market leader*.



Gambar 1.3 Grafik Market Share Produk Lokal Kategori Fast Food

Sumber : Dokumentasi PT. Inspirasi Kuliner Indonesia, 2021

Bisa dilihat pada gambar 1.3 dimana selama pandemi brand dari PT. Inspirasi Kuliner Indonesia yang sebelumnya pada tahun 2019 telah berhasil memimpin pasar dalam brand lokal pada kategori produk *fast food*, namun dikarenakan pandemi dan kurangnya inovasi produk-produk baru yang ditawarkan untuk customer sehingga pada tahun 2020 brand dari PT. Inspirasi Kuliner Indonesia tidak lagi memimpin pasar kembali di kelasnya.

Dalam proses pengembangan produk yang dilakukan yaitu dengan menerjemahkan *voice of customer* dengan menggunakan metode *quality function deployment (QFD)*. *Quality function deployment (QFD)* adalah sebuah metode atau alat kualitas yang membantu untuk menerjemahkan suara pelanggan (*voice of customer*) menjadi produk baru yang benar-benar memenuhi kebutuhan mereka.

Tujuan dari penggunaan metode QFD pada penelitian ini adalah melakukan analisa terhadap perancangan produk dari ayam goreng menjadi sebuah produk yang dapat menyesuaikan kondisi yang sedang terjadi saat ini dengan harapan perusahaan dapat menciptakan dan mengembangkan produk ayamnya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari customer sehingga dapat meningkatkan omset perusahaan di masa pandemi ini. Setelah dilakukan analisa munculah sebuah ide yaitu sebuah produk yang dapat mendukung kegiatan PSBB ini dan dapat

dirasakan atau dinikmati oleh *customer* tanpa harus keluar rumah, yakni *frozen food*.(Jaiswal, 2012)

Pada penelitian sebelumnya yang menggunakan metode QFD diperoleh atribut-atribut yang menjadi prioritas dalam perbaikan produk (kesesuaian kualitas produk dengan harga, varian rasa, kesesuaian rasa, warna dalam minuman, tidak mengandung bahan pengawet, tidak mengandung bahan kimia berbahaya, kualitas bahan baku produk, kejangkauan harga, higienis sedotan, desain cup, kesediaan plastik, pengepresan kemasan, kemudahan cup untuk dibawa dan label nomer ijin pirt / bpom pada kemasan. Berdasarkan hasil penelitian perbaikan produk Kaw-Kaw Thai Tea, didapatkan target dari respon teknis yang perlu ditingkatkan yaitu takaran air hingga 1%, takaran sari teh hingga 10%, masak teh dan air dengan takaran 1:1. Mempertahankan takaran susu UHT (ultra), creamer, susu carnation, mengurangi takaran es batu dan pengemasan.(Dyana, 2020)

Penelitian terdahulu berikutnya semua keinginan pelanggan diterjemahkan kedalam bahasa teknik dengan menggunakan QFD. Ada 10 atribut dan 6 karakteristik teknis diidentifikasi. Berdasarkan pengembangan konsep pengembangan kemasan yang diperoleh, rancangan kemasan mempunyai fungsi untuk melindungi Pizza dan kemasan dari uap panas, memiliki bentuk segi empat dengan ukuran panjang 14,5cm x lebar 14,5 cm, tinggi 2,5cm dan desain berwarna coklat kombinasi merah serta bahan kemasan menggunakan e-flute, tambahan kertas minyak dan menggunakan digital print. Implikasi dari penelitian ini bisa meningkatkan kualitas Pizza dan penjualan Pizza Khansa di masa depan. Selain mendapatkan design yang bisa memenuhi keinginan pelanggan, rancangan yang diperoleh juga dapat meningkatkan daya tarik bagi calon pelanggan yang belum menjadi pelanggan tetap.(Sanusi, 2016)

Penelitian terdahulu selanjutnya yang menggunakan metode QFD, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat rangking tertinggi pada atribut konsumen dan tindakan teknis. pada atribut konsumen rangking tertinggi adalah Kualitas Organoleptik ayam geprek (aroma, rasa, warna, tekstur, kelembatan) dengan nilai 1,0373 sedangkan pada Tindakan Teknis adalah control dan perbaikan terhadap sarana dan prasarana secara kontinu dengan nilai 66,04.(Kresna, 2019)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis pengembangan produk yang dapat menyesuaikan dengan kondisi yang sedang terjadi dengan harapan dapat meningkatkan kembali omset dari PT. Inspirasi Kuliner Indonesia dengan menggunakan metode (QFD) untuk mengetahui *voice of customer* dari para pelanggan dengan tujuan dapat menentukan spesifikasi produk yang tepat sehingga pengembangan produk yang dilakukan dapat diterima dengan baik oleh pelanggan dan dapat memenuhi kriteria yang di butuhkan oleh pelanggan.

1.2 Identifikasi Masalah

Penulis akan memberikan informasi tentang masalah yang akan difokuskan sebagai bahan penelitian :

1. Belum adanya inovasi pada produk yang ada saat ini sehingga menyebabkan permintaan ayam goreng pada *let's go chicken* yang menurun.
2. Belum adanya strategi produk yang tepat Sehingga dapat menyesuaikan pada saat kondisi pandemi untuk meningkatkan kembali omset perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas. Rumusan masalah dalam hal K3 di PT. Inspirasi Kuliner Indonesia :

1. Bagaimana melakukan pengembangan produk ayam goreng dengan metode QFD?
2. Bagaimana strategi produk yang akan dilakukan untuk meningkatkan penjualan oleh perusahaan?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah ini digunakan untuk mencegah meluasnya pembahasan, sedangkan batasan masalah yang ada didalam penulisan ini adalah :

1. Pada penelitian ini hanya membahas sampai dengan *Concept Development*.
2. Objek pengamatan ini hanya berfokus pada pengembangan produk di PT. Inspirasi Kuliner Indonesia.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh PT. Inspirasi Kuliner Indonesia maka, tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Mengetahui hasil dari metode QFD dengan berdasarkan *voice of customer*.
2. Mengetahui hasil spesifikasi produk yang sudah dikembangkan berdasarkan hasil dari metode QFD.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa, universitas dan perusahaan. Adapun kegunaannya adalah :

1. Bagi Perusahaan, sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam menerapkan strategi pengembangan produk yang baik, sehingga diharapkan dapat meningkatkan omset pada perusahaan.
2. Bagi Penulis, sebagai alat untuk menerapkan ilmu serta pengetahuannya yang telah di dapatkan saat melaksanakan kegiatan perkuliahan terhadap lingkungan kerja.

1.7 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Inspirasi Kuliner Indonesia. Perusahaan yang bergerak dibidang kuliner. Perusahaan ini terletak di Jl. Hos Cokroaminoto, No.35 Blok C1, RT.01/RW.06 Kelurahan Kreo Selatan, Kecamatan Larangan, Tangerang.

1.8 Metode Penelitian

Dalam menjalankan penelitian penulis melakukan pengambilan data-data milik perusahaan dengan menerapkan beberapa metode atau teknik yang selanjutnya data-data tersebut diolah atau di analisis, teknik dan metode yang penulis lakukan didalam pengambilan data-data di antaranya adalah :

1. Metode Studi Pustaka

Dalam metode ini data yang diperoleh berasal dari data yang tersimpan berupa catatan, laporan, dan dokumen perusahaan yang berkaitan dengan produk.

2. Metode Studi Lapangan

Kegiatan yang penulis lakukan pada metode ini adalah dengan cara berinteraksi langsung kepada customer mengenai produk yang di inginkan saat dalam kondisi PSBB.

3. Metode Observasi

Kegiatan yang penulis lakukan dimetode ini yaitu pengamatan dan pencatatan untuk mengetahui permasalahan apa saja yang terjadi untuk selanjutnya di analisa, tetapi tidak melakukan tanya jawab dengan siapapun.

4. Metode *Interview*

Kegiatan yang terakhir yaitu penulis akan melakukan pengumpulan data-data dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada yang berhubungan dengan penelitian ini untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan.

1.9 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memberikan gambaran tentang isi penelitian ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Dalam bab ini menyajikan pengantar terhadap masalah yang akan dibahas yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menyajikan tinjauan pustaka yang berisikan teori-teori dan pemikiran yang digunakan sebagai landasan serta pemecahan masalah.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang bagaimana data penelitian diperoleh serta bagaimana menganalisa data. Oleh karena itu pada bab ini menguraikan tentang lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, diagram alir dan analisa.

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi hasil penelitian serta pengolahan atau perhitungan data dan analisa terhadap hasil-hasil yang telah diperoleh pada bab-bab sebelumnya.

BAB V. PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan yang telah didapat dari hasil pembahasan dan menyampaikan saran-saran untuk perbaikan dari masalah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat berbagai sumber refensi buku, jurnal dan lain-lain penulis jadikan sebagai acuan pada penulisan skripsi ini.